Resolución de 18 de enero de 2017, de la Sección Primera del Jurado por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por Telefónica de España, S.A.U. frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Más Móvil Telecom 3.0, S.A. La Sección estimó parcialmente la reclamación declarando que existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

Frente a dicha resolución la Telefónica de España, S.A.U. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 16 de febrero de 2017.

Resumen de la Resolución:
Telefónica de España, S.A.U. vs.
Resolución Sección Primera de 18 de enero de 2017
(Asunto: "Más Móvil el 4º Operador. TV/Internet")

Resolución de 18 de enero de 2017, de la Sección Primera del Jurado por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por Telefónica de España, S.A.U. frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Más Móvil Telecom 3.0, S.A.

La reclamación se formula frente a cuatro piezas publicitarias de la campaña publicitaria "Más Móvil el 4º operador", dos piezas difundidas en internet y otras dos difundidas en televisión.

Respecto a la publicidad difundida en internet, ambas piezas se encuentran en la página web de Más Móvil. En la primera se publicita el servicio FIBRA+MOVIL con el siguiente texto: "Fibra 50 Mb/s gratis. Llamadas ilimitadas + 1GB. 16,90 €/mes. Para siempre. Más Info. Ver detalles". Al hacer clic en "Más info" la pieza publicitaria redirige a una página web en la que podemos leer: "Oferta Fibra + Móvil. La fibra y el ADSL más baratos. La mejor oferta de Fibra y ADSL ¡Al mejor precio! Tu tarifa móvil. Ilimitadas +1GB. Ilimitadas +3GB. Ilimitadas +8GB. Tu conexión para casa. Fibra 50Mb/ADSL + llamadas desde fijo. Gratis. Fibra 300MB + llamadas desde fijo (+5 €/mes). Otras líneas. Líneas extra 500MB / 0CÉNT/MIN Gratis. Sin líneas. 1 línea. 2 líneas. Por solo: 16,90 €/mes + cuota de línea. Para siempre. Más info. Consulta cobertura".

En la segunda pieza publicitaria difundida en internet se puede leer: "La mejor oferta de fibra. 10,00 €/mes. Para siempre. Porque si no necesitas móvil, también tenemos la mejor oferta para ti. Más info. Ver detalles". Al hacer clic en "Ver detalles" aparece una segunda pantalla donde podemos leer: "Tu tarifa móvil. Ilimitadas +1GB. Ilimitadas +3GB. Ilimitadas +8GB. Sin líneas de móvil. Tu conexión para casa. Fibra 50Mb/ADSL + llamadas desde fijo. Fibra 300MB + llamadas desde fijo. Por solo: 10,00 €/mes + cuota de línea para siempre. Más info. Consulta cobertura".

En cuanto a la publicidad difundida en televisión, en el primer anuncio denominado "Gorila" se observan imágenes en blanco y negro de un hombre alzando los brazos con alegría. Sobre dichas imágenes leemos las sobreimpresiones: "Fibra gratis", "Para siempre", "2 líneas

extra", "Para siempre", Contratando una línea móvil", "Cuota de línea no incluida", "1499" y "Masmovil.es". A lo largo de dichas imágenes y en el margen inferior se incluye una sobreimpresión con el siguiente texto: "Cuota de línea fija 19,99 €/mes no incluida. Oferta fibra gratis condicionada a la contratación de alguna Tarifa Más de móvil. Dos líneas extra gratis de móvil con 500MB. Compromiso de permanencia de 12 meses con penalización de hasta 80,33 €. Oferta vaída hasta el 31/12/2016. Consultar resto de condiciones en www.masmovil.es". Finalmente, aparece una cartela de color amarillo en la que se puede leer: "MásMóvil. El 4º operador". A lo largo del anuncio podemos escuchar la siguiente locución: "¡Pero qué contento! Claro, será porque Más Móvil, el nuevo operador de fijo y móvil te da la fibra gratis para siempre. Sí, sí, has oído bien: Fibra gratis para siempre. Y dos líneas de móvil extra también gratis". Seguidamente escucharemos a una mujer decir: "Vente a Más Móvil llamando gratis al 1499. Más Móvil. El cuarto operador".

En el segundo anuncio difundido en televisión y que consiste en una telepromoción, vemos a la presentadora hablar a cámara a la vez que leemos las siguientes sobreimpresiones: "Más Móvil. El 4º operador", "¡Fibra gratis!", "¡Para siempre!", "Llama gratis al 900 696 800. Masmovil.es" y "Oferta condicionada a la contratación y mantenimiento de las siguientes tarifas Más: 1GB por 16,9 €, 3GB por 19,9 €/mes o 8GB por 26,9 €/mes. IVA incluido. Oferta válida para Fibra 50Mb hasta el 31/10/2016. Compromiso de permanencia de 6 meses con penalización de hasta 63,66 €". A lo largo del anuncio escuchamos la siguiente locución: "(…) Más Móvil te ofrece fibra gratis para siempre. Has oído bien, para siempre. Y además dos líneas de móvil extra gratis para siempre. Así puedes tenerlo todo en uno y al mejor precio del mercado. Móvil con llamadas ilimitadas, fibra, teléfono fijo y líneas extra. (…). Recuerda, con Más Móvil llamadas ilimitadas, fibra gratis y dos líneas extra también gratis y para siempre (…)".

En relación con el primer motivo de la reclamación, según el cual resultaría engañoso presentar la fibra como gratuita en la medida en que forma parte de un paquete de servicios cuyo precio total no se desvela, el Jurado concluyó que aquellas piezas publicitarias en las cuales en la parte captatoria de la publicidad quedaba perfectamente claro que para acceder a la fibra gratis se debe contratar una línea móvil y abonar el coste de la cuota de línea –esto es, la pieza televisiva denominada "Gorila" y la pieza difundida en Internet en la que se promociona FIBRA + MÓVIL-, un consumidor medio no se vería inducido a error sobre dichos aspectos, suponiendo el servicio de fibra un servicio gratuito en la medida en que el consumidor no debería abonar ningún otro precio para acceder al mismo, por lo que dichas piezas publicitarias no infringían la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Por el contrario, en la pieza publicitaria de televisión que consiste en una telepromoción, el Jurado consideró que sí que infringía la mencionada norma 14 del Código de Autocontrol en la medida en que el mensaje secundario en el que podía observarse la mención "Oferta condicionada a la contratación y mantenimiento de las siguientes tarifas Más: 1GB por 16,9 €, 3GB por 19,9 €/mes o 8GB por 26,9 €/mes" limitaba de manera relevante el mensaje principal, conformado tanto por la sobreimpresión "Fibra Gratis" como por la locución en la que se

escuchaba “Más Móvil te ofrece fibra gratis para siempre (…). Recuerda, con Más Móvil llamadas ilimitadas, fibra gratis y dos líneas extra también gratis y para siempre”.

En segundo lugar, y en relación con la alegación referida a que las piezas publicitarias desvelaban el precio de los servicios de manera incompleta al no incluir la cuota de línea, el Jurado entendió que la pieza publicitaria de televisión denominada “Gorila” no podía considerarse engañosa en la medida en que se desvelaba en la propia parte captatoria de la publicidad la mención a que para beneficiarse de la fibra gratis el consumidor debería abonar la cuota de línea. Sin embargo, atendiendo a la concreta configuración del resto de las piezas publicitarias objeto de reclamación, y dado que no se informaba en las propias piezas del hecho de que la cuota de línea no estaba incluida, el Jurado consideró que dichas publicidades constituían un supuesto de publicidad engañosa de conformidad con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

En tercer lugar, el Jurado estableció que todas las piezas publicitarias eran engañosas en la medida en que aludían a la posibilidad de obtener dos líneas móviles adicionales gratis, cuando sin embargo el usuario debería soportar un coste de establecimiento de llamada así como un coste por minuto. Igualmente, una vez superados los 500MB de datos el cliente también deberá pagar por el consumo de datos móviles. En este sentido, el Jurado entendió que la publicidad en ese punto resultaba contraria a la norma 14 del Código de AUTOCONTROL.

En cuarto lugar, la Sección estableció que en la medida en que en los anuncios de televisión se desvelaba de manera claramente legible la existencia de un compromiso de permanencia de 12 meses cuyo incumplimiento conllevaría un coste de 80,33€, las mismas no podrían considerarse publicidad engañosa contraria al apartado 2 de la norma 14 del Código de AUTOCONTROL. Por el contrario, y en la medida en que en las piezas publicitarias de Internet dicha condición se omitía, las mismas infringían la mencionada norma.

Finalmente, y con respecto al motivo de reclamación según el cual el precio de los servicios ofertados era incompleto al no incluir la cuota de línea y por lo tanto contrario a la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación con los artículos 20 y 60 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, el Jurado consideró que la cuota de línea, de conformidad con la doctrina del jurado, es un servicio diferente y que en ausencia de precedentes administrativos o jurisprudenciales al respecto, no existía obligación de refundir en un precio único el coste de la tarifa telefónica y el de la cuota de línea.

II. Recurso de Alzada

Frente a dicha resolución la Telefónica de España, S.A.U. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 16 de febrero de 2017.

Texto Completo de la Resolución del Jurado:
Telefónica de España, S.A.U. vs.
Resolución Sección Primera de 18 de enero de 2017
(Asunto: "Más Móvil el 4º Operador. TV/Internet")

En Madrid, a 16 de febrero de 2017, reunido el Pleno del Jurado de la Publicidad de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Antonio Gómez Segade, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por Telefónica de España, S.A.U. contra la Resolución de la Sección Primera de 18 de enero de 2017, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 9 de enero de 2017, la empresa Telefónica de España, S.A.U. (en adelante, "**Telefónica**") presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Más Móvil Telecom 3.0, S.A. (en lo sucesivo, "**Más Móvil**").

2.- Se dan por reproducidos los elementos publicitarios reclamados, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la Resolución de la Sección Primera de 18 de enero de 2017 (en adelante, la "**Resolución**").

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Primera del Jurado acordó estimar de forma parcial la reclamación presentada por Telefónica, declarando que algunos de los elementos publicitarios contravenían la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo el "**Código de Autocontrol**"). Por otro lado, la Sección indicó que la publicidad no contravenía la norma 2 del Código de Autocontrol, puesta en relación con el artículo 60.2.b) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (en adelante el "**LGDCU**").

4.- El 6 de febrero de 2016 Telefónica interpuso recurso de alzada frente a la Resolución, al no encontrarse conforme con su contenido.

Con carácter previo, Telefónica aclara que el único objeto del Recurso de Alzada es la expresión "gratis" vinculada al servicio de fibra.

Una vez establecido lo anterior, la recurrente considera en primer lugar que la Sección Primera valoró erróneamente la publicidad reclamada. En este sentido, entiende Telefónica que la inclusión en la publicidad de la expresión "Fibra gratis" resulta engañosa en la medida en que

traslada a los consumidores que se puede contratar un paquete formado por los servicios “línea fija + línea móvil + internet” siendo gratis el uso de la fibra, cuando para acceder a dicha tecnología se deba pagar al menos 38 euros al mes.

En segundo lugar, Telefónica considera que la Resolución valoró erróneamente las características del servicio promocionado y la percepción del consumidor medio. En este sentido, apunta que el consumidor medio del mercado de las telecomunicaciones tendrá suficientes conocimientos para saber que el uso de la fibra supone poder disfrutar bajo el mismo soporte técnico y simultáneamente de dos servicios: la línea de voz fija y el servicio de internet.

Adicionalmente, Telefónica sostiene que para poder disfrutar de la fibra, el cliente de Más Móvil deberá abonar además del precio del servicio de internet móvil y del servicio de llamadas de voz móvil:

- Si el cliente desea fibra simétrica un coste adicional de 10€ al mes.
- Superados los límites de llamadas a fijos (120 destinos al mes) o a móvil (1 hora al mes) desde un teléfono fijo las llamadas se facturarán 24,20 cent/min más establecimiento de llamada 20 cent. cada llamada.

La recurrente entiende que un consumidor medio concluirá que la oferta de fibra gratuita incluye: llamadas de voz fija e internet, así como los costes estrictamente vinculados a la fibra (llamadas desde el fijo y fibra simétrica, entre otros). Por lo tanto, el uso de la expresión “Fibra gratis” resultaría a su entender incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol.

En tercer lugar, y en aplicación de la norma 3.1 del Código de Autocontrol, Telefónica considera que existe una desproporción entre la expresión “fibra gratis” y el alcance real de la oferta. Insiste en que lo que Más Móvil ofrece es un único producto, formado por varios servicios, pero que en ningún caso están ofreciendo un producto o servicio de manera gratuita, dado que los servicios que lo componen se venderían a un precio distinto por separado.

Así las cosas, la recurrente considera que Más Móvil al emplear la expresión “Fibra gratis” en su campaña está defraudando las expectativas de los consumidores en la medida en que:

- La fibra está incluida en un producto paquetizado con un precio destacable, sin embargo el cliente tiene que pagar un paquete con los servicios: línea fija, línea móvil e internet móvil, lo que supone pagar por el paquete un mínimo de 36,89 euros al mes.
- La fibra tiene un precio asociado a su uso, ya que el uso de dicha tecnología va a ocasionar al consumidor determinados gastos asociados a su disfrute (servicios de voz fija e internet), los cuales en el uso de las llamadas de voz fija supone pagar además de un coste de línea fija de 19,99€ al mes, 24,20 cent/min más

establecimiento de llamada de 20 cent. por llamada. Y en el caso del servicio por internet, pagar 10 euros adicionales si el cliente contrata fibra simétrica.

Finalmente, Telefónica sostiene que un consumidor medio sabe que contratar una tarifa de ADSL/Fibra óptica conlleva una cuota de la línea fija que está incluida o no en el precio mensual de la conexión a Internet. Sin embargo, Más Móvil obvia malintencionadamente este concepto unido a la fibra, lo que oculta el precio final. Además, si el cliente decide contratar el producto paquetizado se compromete a cumplir una permanencia mínima, lo que en caso de incumplimiento conlleva abonar una indemnización, a lo que hay que añadir las restricciones de horarios o llamadas desde el teléfono fijo.

Por todo ello, solicita al Pleno que estime el recurso presentado y, por consiguiente, la reclamación de la que trae origen en lo que a la mención “Fibra gratis” se refiere.

5.- Habiéndose dado traslado del recurso de alzada de Telefónica a Más Móvil, esta compañía ha presentado escrito de impugnación al mismo en el que considera que el anuncio reclamado se adecúa a la normativa legal y deontológica.

En primer lugar, Más Móvil considera que contrariamente a lo manifestado por la recurrente, el servicio de fibra no conlleva ningún coste para el abonado, es decir, es gratis. En este sentido, Más Móvil considera que este aspecto queda claro tanto en el anuncio de televisión, en el que se lee “Fibra gratis para siempre contratando una línea de móvil. Cuota de línea no incluida” como en los de Internet, donde se puede observar la mención “Fibra 50 MB/s gratis y llamadas ilimitadas + 12GB 16,90€ al mes + Cuota de línea”.

Por lo tanto, de todo lo anterior entiende Más Móvil que queda claro que el servicio de fibra en esta oferta no tiene coste para el usuario, siendo por lo tanto gratis.

En segundo lugar, Más Móvil entiende que la afirmación que realiza Telefónica sobre los conocimientos técnicos de un consumidor medio en relación con el servicio de fibra no está respaldada con ninguna prueba o estudio, considerando que la misma es irrelevante de cara al objeto del presente procedimiento. En este sentido, Más Móvil explica que un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz entenderá por “servicio de fibra” el servicio de acceso a Internet desde una ubicación fija mediante tecnología de fibra óptica. Y ello porque lo que mueve el comportamiento económico del consumidor será, aparte de la oferta económica, la velocidad y la tecnología de acceso a Internet desde una ubicación fija (50MB/s fibra óptica/ADSL).

Añade Más Móvil que el argumento relativo a la fibra simétrica no formaba parte integrante de la reclamación original, por lo que quedaría fuera de la misma. No obstante, en aras a la transparencia, aclara Más Móvil (i) que el servicio de fibra se ofrece en unas condiciones muy claras en el mensaje publicitario: 50 MB/s sin que la pieza sugiera en ningún momento que la

oferta incluye fibra simétrica, que se trata de un servicio con características técnicas distintas y (II) que aun aceptando hipotéticamente que para los consumidores el concepto de fibra incluye el servicio telefónico soportado por la misma infraestructura, el servicio promocionado cuenta con llamadas ilimitadas hasta un límite de 120 destinos nacionales fijos, gozando este límite de suficiente amplitud como para poder calificar al mismo como gratuito.

En tercer lugar, y en cuanto a la alegación de la recurrente relativa a la desproporción entre la expresión "fibra gratis" y el alcance real de la oferta, Más Móvil repite que es un hecho probado que el paquete Fibra 50 MB/s + Móvil tiene el mismo precio que el servicio sólo móvil con las mismas características y que la fibra promocionada no tiene ningún coste asociado a su uso.

Por todo ello, manifiesta que debe desestimarse el recurso de alzada presentado por la reclamante.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo debe indicarse que el presente recurso de alzada presentado contra la Resolución emitida por la Sección Primera de 18 de enero de 2017, se emite de conformidad con lo establecido en el Reglamento del Jurado, cuyo artículo 19.1 establece lo siguiente: *"Contra la resolución de la Sección se podrá entablar recurso de alzada ante el Pleno, dentro del plazo de cuatro días hábiles, computados a partir del día siguiente al de la recepción de la correspondiente resolución".*

Tal y como se desprende del contenido de este precepto, el recurso de alzada tiene por objeto la revisión de todo o parte del contenido de la Resolución recurrida, sin que quepa utilizar dicho mecanismo para solicitar la opinión deontológica de este Pleno sobre cuestiones que no hubiesen sido objeto ni de la solicitud inicial ni, por consiguiente, de la Resolución de Sección.

Pues bien, en su escrito de recurso frente a la resolución de instancia, Telefónica invoca nuevos motivos para fundar el carácter engañoso de la publicidad, motivos que no fueron esgrimidos en su reclamación inicial y que por tanto tampoco fueron objeto de la resolución. Así, la recurrente considera que, pese a que en la publicidad se ofrece fibra gratis, para que un consumidor pueda disfrutar de lo que va a entender como fibra, tendrá que asumir un coste adicional del 10€ al mes si en lugar de fibra asimétrica desea fibra simétrica, así como una vez superados los límites de llamadas a fijos o a móvil desde un teléfono fijo, dichas llamadas se facturarán 24,20 cent/min más establecimiento de llamada 20 cent. cada llamada.

Conviene precisar en este punto que dichas cuestiones que invoca ahora la recurrente no formaban parte de la reclamación que dio origen al presente procedimiento, por lo que, en consecuencia, no fueron objeto de la resolución de la Sección Primera de 18 de enero de 2017.

Así las cosas, aquellas alegaciones, en la medida en que no formaban parte de la reclamación inicial ni fueron objeto de la resolución impugnada, tampoco pueden ser objeto del presente recurso de alzada.

2.- Una vez aclarado lo anterior, y a la vista del tenor del recurso de alzada presentado, este Pleno procederá a analizar los restantes argumentos de la recurrente con el fin de dilucidar si mediante la mención a "Fibra gratis", la publicidad objeto de reclamación induce a error a un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Más concretamente, debemos determinar si el uso del término "gratis" vinculado al servicio de fibra sería engañoso dado que para poder acceder a la tecnología promocionada, además del propio servicio de fibra se debe contratar un paquete de servicios que incluye una línea de móvil y se debe abonar el precio establecido para la cuota de línea fija.

Acudimos para ello a la norma 14 del Código de Autocontrol, que establece lo siguiente: "*1.- La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquélla que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (…) b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio. (…) e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio. (…) 14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico*".

Pues bien, este Pleno tras realizar un minucioso estudio tanto de los escritos de las partes, como de la Resolución de la Sección Primera, debe compartir por completo las conclusiones alcanzadas por la misma.

En efecto, la Resolución llevó a cabo un análisis separado de cada una de las piezas reclamadas, alcanzando la conclusión de que en aquellas en las cuales en la parte captatoria de la publicidad quedaba perfectamente claro que para acceder a la fibra gratis se debe contratar una línea móvil y abonar el coste de la cuota de línea –esto es, la pieza televisiva denominada "Gorila" y la pieza difundida en Internet en la que se promociona FIBRA + MOVIL-, un consumidor medio no se vería inducido a error sobre dichos aspectos, suponiendo el servicio de fibra un servicio gratuito en la medida en que el consumidor no deberá abonar ningún otro precio para acceder al mismo.

Así lo entiende también el Pleno, ya que en el caso que nos ocupa, las piezas en cuestión no se limitan a ofrecer fibra gratis, sino que tal y como explicó la Sección en la Resolución,

establecen con claridad en una parte destacada de la publicidad que el precio de este servicio será gratuito si se contratan otros servicios ofrecidos por el operador. En estas circunstancias, los destinatarios de la publicidad entenderán el alcance de la oferta, comprendiendo que si contratan los servicios indicados, podrán disfrutar de forma gratuita de un servicio –la fibra-, que de otro modo tendrían que abonar.

Está conclusión no puede verse alterada por el hecho de que la fibra que se promete gratuita se contrate como parte de un paquete de servicios. Ha quedado probado de la documentación aportada al expediente que el servicio de fibra en esta oferta no tiene coste para el usuario, puesto que el paquete Fibra 50 Mb/s + Móvil tiene el mismo precio que el servicio sólo móvil con las mismas características.

Tampoco cabe oponer el argumento de la recurrente según el cual la Sección no ha apreciado de manera correcta lo que caracteriza en el sector de las comunicaciones electrónicas a un consumidor medio, que según afirma, sabe que el uso de la fibra supone poder disfrutar del servicio de línea de voz fija y el servicio de Internet. A este respecto, cabe indicar en primer lugar que la recurrente no ha presentado prueba alguna que acredite lo que según su escrito entiende un consumidor medio por “fibra”. Sentado lo anterior, entiende el Pleno que el mensaje trasmitido por los anuncios es esencialmente veraz en la medida en que un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, independientemente de lo que entienda por el concepto “fibra”, entenderá que Más Móvil ofrecía hasta el momento paquetes de servicios de móvil, a los que ahora se ha añadido la fibra. Y dado que incluyendo la fibra, el precio se mantiene idéntico al que tenía el paquete anteriormente, comprenderá que ese servicio es totalmente gratuito.

Por lo tanto, y tomando en consideración las anteriores alegaciones, este Pleno debe entender que en la medida en que contratando el servicio de telefonía móvil, se tiene acceso por el mismo precio a la fibra, ésta última puede ser calificada como “gratuita”, ya que como se ha indicado, el consumidor no va a tener que pagar un precio superior al que pagaría si únicamente contratara el servicio de telefonía móvil.

En atención a lo expuesto, el Pleno del Jurado de Autocontrol,

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada presentado por Telefónica de España, S.A.U. contra la Resolución de la Sección Primera de 18 de enero de 2017.