



Resolución de 29 de junio de 2017, de la Sección Sexta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía vulneración de la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 20 de julio de 2017.

**Resumen de la Resolución:  
Recurso de Alzada de particular  
Vs.  
Resolución Sección Sexta de 29 de junio de 2017  
(Asunto: “Oferta Fibra 300MB Subida y Bajada. Internet”)**

Resolución de 29 de junio de 2017 de la Sección Sexta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España S.A.U.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en la *web* de la reclamada en la que se promueve un producto (Fibra óptica ONO 300 mb) a un precio de 14,90 euros mensuales con una velocidad de 300 mb de subida y bajada.

Tras examinar la publicidad reclamada, el Jurado comprobó que la misma no infringía lo dispuesto en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad). En primer lugar, consideró que el anuncio controvertido no era apto para inducir a error sobre una de las condiciones de la oferta, esto es, la velocidad de la fibra óptica promocionada. En particular, concluyó que en la publicidad analizada se indicaba a través de una nota a pie de página, suficientemente destacada y vinculada correctamente al mensaje principal con un asterisco, que la velocidad de subida de 300 megas promocionada estaba condicionada a la disponibilidad geográfica. En segundo lugar, sostuvo que con base en su propia doctrina y en la jurisprudencia, no resultaría engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, con independencia de que algunas partes menores no lo sean y se realicen con cable coaxial.

#### **Recurso de alzada**

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 20 de julio de 2017.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Recurso de Alzada de particular.**  
Vs.  
**Resolución Sección Sexta de 29 de junio de 2017**  
**(Asunto: “Oferta Fibra 300MB Subida y Bajada. Internet”)**

En Madrid, a 20 de julio de 2017, reunido el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Antonio Gómez Segade para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017, emite la siguiente

## **RESOLUCION**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 14 de junio de 2017, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España SAU (en adelante “**Vodafone**”).

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Segunda del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada por no considerar la publicidad contraria a la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

4.- El 12 de julio de 2017, la particular reclamante interpuso recurso de alzada contra la Resolución por entender que la publicidad reclamada contraviene la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, pues insiste en que la publicidad controvertida es engañosa. El argumento desenvuelto por la recurrente para respaldar su conclusión es en parte el mismo que adujo en su escrito de reclamación; a saber: que ha adquirido el producto Fibra Ono 300 mb y, lejos de lo que la reclamada afirma en la publicidad controvertida, sólo goza de 300 mb en la velocidad de bajada mientras que en la de subida dispone únicamente de cerca de 30 o 32 mb. A ello añade que la reclamada procedió, telefónicamente, a modificar su contrato original y a activarle el servicio ofertado en la publicidad reclamada (Fibra óptica Ono 300 mb con una velocidad de 300 mb de subida y bajada, televisión total con el canal HBO incluido, dos líneas en teléfonos móvil, etc.) a un precio de 57 euros mensuales.

5.- Trasladado el recurso de alzada a la empresa, Vodafone España SAU, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él reitera que la publicidad controvertida no es engañosa, por la misma razón que, en esencia, adujo en su escrito de contestación a la reclamación; a saber: que ésta contiene una advertencia a modo de asterisco según la cual la velocidad de subida de 300 megas que se oferta en la



publicidad controvertida no es general, sino que está sometida a disponibilidad geográfica, por lo que no puede inducir a error al consumidor medio sobre la velocidad de la fibra óptica promocionada.

## **II.- Fundamentos deontológicos.**

1.- Con carácter previo al análisis de los distintos motivos de impugnación expuestos por el recurrente, y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en una reclamación en la que se alegaba el carácter engañoso de la publicidad reclamada consistente en un anuncio realizado en la página web de Vodafone, en la que se promueve un producto (Fibra óptica Ono 300 mb) a un precio de 14,90 euros mensuales con una velocidad de 300 mb de subida y bajada.

2.- En su resolución de instancia, el Jurado desestimó esta reclamación. A estos efectos, consideró que la publicidad reclamada no era engañosa por dos razones: en primer término, porque en ella se informaba claramente sobre la circunstancia de que la velocidad de subida de 300 megas de la fibra óptica que en ella se ofertaba estaba condicionada a disponibilidad geográfica; y, en segundo término, habida cuenta de que es doctrina consolidada que no puede reputarse engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, pese a que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección (que ya avanzamos que el Pleno comparte íntegramente), se alza la particular recurrente aduciendo los siguientes motivos de impugnación para sustentar que la publicidad reclamada es engañosa: *i)* que en ella se afirma que la fibra ofertada tiene una velocidad de 300 mb tanto para subida como para bajada y, ello no obstante, la velocidad real de que él dispone es de 300 mb de bajada pero únicamente 30 o 32 mb de subida; *ii)* que la reclamada procedió, telefónicamente, a modificar su contrato original y a activarle el servicio ofertado en la publicidad reclamada (Fibra óptica Ono 300 mb con una velocidad de 300 mb de subida y bajada, televisión total con el canal HBO incluido, dos líneas en teléfonos móvil, etc.) a un precio de 57 euros mensuales y, a pesar de ello, la recurrente no disfruta de servicio alguno.

4.- Una vez llegados a este punto, y de nuevo para una mejor comprensión de la presente resolución, deben realizarse dos precisiones:

a) Tal y como se desprende del fundamento deontológico anterior, el pronunciamiento de la Sección en punto a la calificación de la red promocionada como una red de fibra óptica no ha sido objeto de impugnación, por lo que ha devenido firme y no será objeto de la presente resolución del Pleno.

b) En cuanto al pronunciamiento de la Sección en relación con el eventual carácter engañoso de las menciones –incluidas en la publicidad reclamada– relativas a la velocidad de 300 megas de subida, éste si ha sido objeto de impugnación, por lo



que dicho pronunciamiento constituye el objeto de la presente resolución. Ahora bien, a la hora de resolver el recurso presentado por la particular reclamante frente a dicho pronunciamiento, se hace necesario diferenciar dos aspectos:

i.- Por un lado, el análisis de la publicidad en si –difundida en la web de Vodafone para promocionar su red de fibra óptica- que ha sido objeto de reclamación, y en la que, como bien expuso la Sección, se incluye una mención claramente perceptible en la que se advierte que la velocidad de subida de 300 megas está sometida a disponibilidad geográfica.

ii.- Por otro lado, el análisis de las alegaciones de la particular reclamante en punto a las vicisitudes de su proceso de contratación, durante el cual, al parecer, fue informado por distintas vías de que en su domicilio se encontraba disponible la velocidad de 300 megas de subida.

**5.-** En lo que se refiere al primero de los aspectos mencionados (esto es, el análisis de la publicidad que fue objeto de reclamación, difundida en la web de Vodafone para promocionar su red de fibra óptica y en la que se incluyen menciones a la característica de la red consistente en ofrecer 300 megas de subida), este Pleno no puede compartir los argumentos desenvueltos por la recurrente para fundamentar el eventual carácter engañoso de la publicidad reclamada.

**6.-** Así, este Jurado discrepa de la primera de las alegaciones aducidas por el recurrente contra la resolución impugnada y, de acuerdo con la cual la publicidad reclamada sería engañosa por razón de que contiene una alegación que asevera que la fibra ofertada tiene una velocidad de 300 mb tanto para subida como para bajada y ello no se corresponde con la realidad, toda vez que la velocidad real de que dispone la particular recurrente es de 300 mb de bajada pero únicamente 30 o 32 mb de subida.

A juicio de este Pleno, la publicidad reclamada no es engañosa. En efecto, como ya se hizo constar en la resolución de instancia, en ella se inserta un asterisco que remite a una alegación que advierte claramente y con letra de tamaño significativo, perfectamente legible y comprensible, que la velocidad de subida de 300 megas de la fibra óptica que en ella se oferta está condicionada a disponibilidad geográfica. Por consiguiente, es claro para este Pleno que la publicidad (que es aquello sobre lo cual debe pronunciarse este Jurado), en modo alguno puede ser calificada como engañosa, pues no puede inducir a error sobre una de las condiciones de la oferta y, en particular, la velocidad de la fibra óptica promocionada. Y ello, por la sencilla razón de que en ella se informa de manera cristalina que la velocidad de subida de 300 megas está sujeta a disponibilidad geográfica.

**7.-** Cuestión distinta son las alegaciones del particular en relación con la forma en que se desarrolló el proceso de contratación y la información que en el marco del mismo se le dio en punto a la disponibilidad de 300 megas de subida en su domicilio.

En relación con estas alegaciones, este Jurado debe dejar constancia, ante todo, de que constan en el expediente elementos de los que en principio parecería eventualmente desprenderse que, en el marco del proceso de contratación, a la particular recurrente, se le proporcionó información inexacta sobre la disponibilidad en



su domicilio del servicio de 300 mb de velocidad de subida y bajada de la fibra ofertada en la publicidad reclamada. Ahora bien, es claro a juicio de este Pleno que esa información fue ofrecida por distintas vías (telefónica y web) en el marco del proceso de contratación.

En este punto, el Jurado debe recordar que es un órgano competente para analizar únicamente la corrección deontológica de los mensajes publicitarios. En el caso que nos ocupa, ello implica que el Jurado puede entrar a analizar –como así ha hecho- la corrección deontológica de la publicidad difundida por la reclamada para promocionar el servicio de conexión de fibra óptica en ella ofertado.

Sin embargo, no puede emitir pronunciamiento alguno sobre las vicisitudes del proceso de contratación ni sobre la información de naturaleza precontractual o contractual que en el marco del mismo se le hubiese dado a la reclamante en punto a la disponibilidad de 300 megas de subida en su domicilio.

En efecto, aun cuando a la particular, en el marco del proceso de contratación, se le hubiese proporcionado información inexacta sobre dicha disponibilidad –cuestión que no se prejuzga- sería ésta una cuestión de naturaleza contractual que, en cuanto tal, y conforme a lo expuesto, resulta ajena a las competencias de este Jurado (limitadas como se ha dicho al análisis de la publicidad, y no de las cuestiones de naturaleza contractual), por lo que ha de ser planteada ante los órganos competentes para conocer de las cuestiones relativas a las relaciones contractuales entre consumidores y empresas.

Por todas las razones expuestas, el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL

## **ACUERDA**

Desestimar el recurso de alzada interpuesto por un particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017.