



Resolución de 8 de noviembre de 2017, de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, 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 la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Vodafone España SAU.
“Llamadas Ilimitadas”

Resolución de 8 de noviembre de 2017, de la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, 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 reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en la página web de la empresa reclamada, en la que se promocionaba el producto Vodafone One 120 mb S por una cuota mensual de 42,40€, la cual incluye, entre otras prestaciones, llamadas ilimitadas realizadas desde un teléfono fijo a otro fijo o a un móvil.

La Sección entendió que la publicidad reclamada no resultaba engañosa en la medida en que del conjunto de las pruebas aportadas al procedimiento resultaba acreditado que en la tarifa promocionada se incluían las llamadas realizadas de fijo a fijo y de fijo a móvil de forma ilimitada, sin imposición de un número específico de llamadas ni un tiempo determinado de duración de las mismas. Cuestión distinta es que la tarifa promocionada estuviera sujeta a condiciones con el fin de prohibir un uso abusivo, cuestión puramente contractual ajena a las competencias del Jurado. Por ello, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía lo dispuesto en la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Vodafone España SAU.
(Asunto: “Llamadas Ilimitadas”)

En Madrid, a 8 de noviembre de 2017, reunida la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a. Teresa De Gispert Pastor para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España SAU, emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 24 de octubre de 2017, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España SAU (en adelante “**Vodafone**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad y, en particular, un anuncio realizado en la página web de Vodafone, en la que se promueve un producto (Vodafone One 120 mb S) a un precio de 42,40 euros mensuales el cual incluye, entre otras prestaciones, llamadas ilimitadas realizadas desde un teléfono fijo a otro fijo o a un móvil.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “Publicidad objeto de la presente Resolución”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad objeto de la presente reclamación es engañosa, puesto que en ella se advierte de que el producto promovido incluye llamadas ilimitadas de fijo a fijo y de fijo a móvil por el precio ofertado (42,40 euros mensuales) y a ella, según afirma, en la última factura que recibió le cobraron 3.468,50 euros en concepto de llamadas realizadas de fijo a fijo.

Por todo ello, el particular solicita al Jurado que declare engañosa la Publicidad Reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, Vodafone, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que la publicidad no es engañosa, pues, según la reclamada, el producto ofertado (esto es, Vodafone One 120 mb S), efectivamente incluye llamadas ilimitadas realizadas desde un teléfono fijo a otro fijo o a un móvil, sin que exista límite alguno en estos servicios. Ello no obstante, sigue exponiendo la reclamada, existen unas condiciones de uso razonable que no limitan los servicios pero prohíben su uso irregular que son, según parece exponer la reclamada, las que la particular eventualmente incumplió y las que motivaron que



Vodafone emitiera una factura por el importe de 3.468,50 euros. Pero siendo ésta, como lo es, una cuestión puramente contractual, la reclamada concluye que es ajena a las competencias del Jurado. Y, en todo caso, puesto que Vodafone ha detectado un problema con la factura de la particular ya ha procedido a rectificarla.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente procedimiento a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”) a tenor del cual:

“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”.

2.- Pues bien, en el caso que ahora nos ocupa, la publicidad reclamada contiene un mensaje claro y explícito según el cual el producto promovido incluye llamadas de teléfono fijo a fijo y de fijo a móvil ilimitadas a un precio de 42,40 euros mensuales. El particular reclamante, por su parte y como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta puede inducir a error sobre el carácter ilimitado de tales llamadas por el precio ofertado pues, según sostiene, en la última factura la reclamada le cobró 3.468,50 euros en concepto de llamadas realizadas de fijo a fijo. Para acreditar sus alegaciones, la particular aporta una impresión de la publicidad reclamada así como de la última factura que la reclamada le emitió.

Sin embargo, el conjunto de las pruebas aportadas a este procedimiento acreditan que, efectivamente, la prestación promovida incluye llamadas realizadas de fijo a fijo y de fijo a móvil de forma ilimitada por el precio ofertado. En otros términos, de los documentos obrantes en el expediente este Jurado no advierte que exista límite alguno que obligue a quien contrata la prestación promovida a limitar esas llamadas o su duración.

Cuestión distinta es que, como también se desprende de las pruebas aportadas a este proceso, las llamadas ilimitadas que incluye el producto promovido estén sujetas a unas condiciones de uso de la tarifa que constan en las condiciones generales de contratación que prohíben el uso abusivo o fraudulento de la misma. Y ello, sin que supongan la imposición de un número específico de llamadas o un tiempo determinado de duración de las mismas.



Mas debe advertirse, sobre lo anterior, que la calificación del uso de una tarifa como abusivo o no (ya sea con carácter general o de forma específica en el supuesto de hecho que nos ocupa) constituye una cuestión de naturaleza contractual que resulta ajena a las competencias del Jurado, que se ciñen al análisis de la corrección de la publicidad. Y, dentro de estas competencias, el Jurado –como ya se ha expuesto- sólo puede constatar que no existe en el expediente elemento alguno que permita afirmar la incompatibilidad de la publicidad con la norma 14 del Código de Conducta, pues el conjunto de alegaciones y documentos obrantes en el expediente no permiten afirmar la existencia de límite concreto y específico alguno en virtud del cual la tarifa promocionada sólo permita realizar un número concreto de minutos en llamadas realizadas de fijo a fijo o de fijo a móvil.

3.- A la vista de todo lo expuesto, el Jurado debe concluir que la publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España SAU.