



Resolución de 20 de noviembre de 2019, de la Sección Séptima 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 la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni el artículo 3 (principio de veracidad) del Código Ético de Confianza Online.

Resumen de la Resolución: Particular vs. Vodafone España, S.A.U. "Fibra. Internet"

Resolución de 20 de noviembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U.

La reclamación se dirigía contra un anuncio difundido en la página web de la reclamada, en el que se promovía el servicio Fibra Yuser con una velocidad de 600 Mbps de subida y bajada.

El reclamante alegaba que la publicidad era engañosa por un lado porque tenía contratado el servicio y nunca obtenía esa velocidad en el test que proporciona Vodafone en su página web y, por otro lado porque la publicidad promocionaba un servicio de fibra óptica, cuando en su casa recibe cable coaxial.

Tras examinar la publicidad reclamada, el Jurado comprobó que la misma no infringía lo dispuesto ni en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni en el artículo 3 (principio de veracidad) del Código Ético de Confianza Online. En primer lugar, consideró que había quedado acreditado que la tarifa que tenía contratada el particular no era la misma que la promocionada en la Publicidad Reclamada. En segundo lugar, la publicidad reclamada advertía de que la velocidad de 600 Mbps simétricos que en ella se ofertaba estaba sujeta a disponibilidad geográfica. Asimismo, el Jurado consideró 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.



Texto completo de la Resolución del Jurado: Particular vs. Vodafone España, S.A.U. “Fibra. Internet”

En Madrid, a 20 de noviembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 5 de noviembre de 2019, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U. (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 el servicio Fibra Yuser con una velocidad de 600 Mbps de subida y bajada.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa. El argumento que vierte para sustentar esta conclusión radica, en primer término, en que tiene contratado el servicio de Fibra 600 megas de velocidad de subida y bajada y, lejos de lo que la reclamada afirma en la publicidad controvertida, nunca obtiene esa velocidad en el test que proporciona Vodafone en su web para medirla. En segundo término, el particular alega que en la mencionada publicidad la conexión se promocionaba como fibra óptica y él en su casa la recibe por cable coaxial.

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 por las siguientes razones:

En primer término, el servicio que tiene contratado el particular no se corresponde con la tarifa que promueve la publicidad controvertida, pues éste tiene contratada la tarifa móvil convergente de fibra y móvil denominada “Vodafone



OneFibra 600 mb + Móvil S” y la que se ofrece en la publicidad es la tarifa Fibra Yuser de 600 Mbps.

En segundo término, la publicidad incluye una advertencia según la cual la velocidad de 600 Mbps que se oferta está sometida a disponibilidad geográfica, extremo que omite el particular reclamante, que ha aportado una copia incompleta de la publicidad. Por lo demás, añade la reclamada, antes de contratar el servicio, el cliente es informado del tipo de despliegue de fibra que tiene en su domicilio por lo que puede cerciorarse de si puede disfrutar del servicio promocionado o no.

Finalmente, la reclamada mantiene que la publicidad no puede estimarse engañosa por razón de proporcionar el servicio parcialmente a través de cable coaxial, puesto que el propio Jurado y su jurisprudencia ha mantenido que no es engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial.

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 reclamada 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. *Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquella 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 (...)*”.

Adicionalmente, en la medida en que la publicidad ha sido difundida a través de Internet y la empresa reclamada se encuentra adherida al Código Ético de Confianza Online (en adelante, el “**Código de Confianza Online**”), esta Sección debe analizar la misma a la luz del artículo 3 de dicho Código, que establece que: “*La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá ser conforme a la ley aplicable, leal, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional*”.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante parece considerar engañosa la publicidad reclamada por dos razones. En primer término, porque a su parecer ésta induce a error sobre la velocidad de la fibra óptica promocionada, toda vez que, según afirma, la velocidad real de que él dispone no es de 600 Mbps de subida y bajada como se indica en la publicidad. En segundo término, porque la publicidad oferta un servicio de fibra óptica y, sin embargo, él recibe en su domicilio cable coaxial en lugar de fibra.

3.- Por lo que a la primera de las alegaciones se refiere, ha quedado acreditado en este procedimiento mediante copia de la publicidad y de la factura aportada por el particular en la que consta la tarifa que éste tiene contratada, que esta tarifa y la que



se oferta en la Publicidad Reclamada son distintas. Así, mientras que en esta última se promueve la tarifa Fibra Yuser de 600 Mbps, la que tiene contratada el particular es la tarifa móvil convergente de fibra y móvil denominada "Vodafone OneFibra 600 mb + Móvil S".

4.- En todo caso, y a mayor abundamiento, Vodafone ha acreditado que la publicidad advierte que la velocidad de 600 Mbps simétricos que en ella se oferta está sujeta a disponibilidad geográfica. En consecuencia, la publicidad no puede inducir a error sobre la velocidad de la fibra óptica promocionada, por la sencilla razón de que en ella se informa claramente que la velocidad de 600 Mbps está condicionada a disponibilidad geográfica.

5.- Centrados ahora en la segunda de las alegaciones, es doctrina de este Jurado y de nuestra jurisprudencia, tal y como indica y acredita la reclamada en su escrito de contestación, que no puede reputarse engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica. Y ello con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial (v. SAP Madrid de 7 de octubre de 2016, Resolución de la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol de 23 de septiembre de 2010, Resolución de la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol de 29 de junio de 2017 y Resolución del Pleno del Jurado de de Autocontrol de 1 de octubre de 2010). Pues bien, en el caso que nos ocupa el reclamante alega que, pese a anunciarse el servicio promocionado como una red de fibra óptica, la conexión en su hogar se realiza con cable coaxial. Sin embargo, y conforme a la citada jurisprudencia y doctrina del Jurado, la existencia de un tramo de cable coaxial en el hogar del reclamante no impediría la calificación de la red como fibra óptica cuando la principal parte de la red es efectivamente de fibra óptica.

6.- A la vista de todo lo expuesto, el Jurado debe concluir que la Publicidad Reclamada no infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol ni el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online por ninguno de los aspectos que el particular alega en su escrito de reclamación.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U.