

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



<b>Solicitante</b>	Xfera Móviles S.A.U (Masmóvil)
<b>Responsable de la publicidad</b>	Vodafone España S.A.U.
<b>Título</b>	Fibra Sin Permanencia Internet
<b>Nº de asunto</b>	90/R/MAYO 2020
<b>Fase del proceso</b>	Primera Instancia – Sección Quinta
<b>Fecha</b>	3 de junio de 2020

Resolución de 3 de junio de 2020, de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por Xfera Móviles S.A.U (Masmóvil) contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U. El Jurado estimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada resultaba incompatible con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

## RESUMEN

Resolución de 3 de junio de 2020, de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por Xfera Móviles S.A.U (Masmóvil) 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 Vodafone España S.A.U. en la que se promovía un servicio de fibra a determinadas tarifas y en la que se afirmaba en repetidas ocasiones que esas tarifas se ofrecían “Sin permanencia”, lo cual, a juicio del reclamante resultaba engañoso en tanto que no se informaba de que si el usuario cancela el servicio contratado durante los 12 primeros meses desde la contratación, es penalizado con la cantidad de 150€ en concepto de coste de la instalación de la fibra.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada resultaba contraria al artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en la medida en que a través de la misma se trasladaba un mensaje según el cual un consumidor medio normalmente informado, razonablemente atento y perspicaz entendería que las tarifas ofertadas carecían de permanencia cuando, según se indicaba en un apartado distinto de condiciones legales al que el cliente debía acceder expresamente a partir de un enlace, la tarifa promocionada conllevaba un coste de instalación, el cual sería condonado en caso de que el cliente permanezca más de 12 meses, existiendo así a juicio del Jurado un compromiso de permanencia pero vinculado, no a una eventual bonificación de la tarifa, sino al coste de instalación.

En Madrid, a 3 de junio de 2020, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la empresa Xfera Móviles, S.A.U (MásMóvil) en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 22 de mayo de 2020, Xfera Móviles S.A.U. (MásMóvil) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa Vodafone España S.A.U. en la que se promueve un servicio de fibra a determinadas tarifas. En ella se afirma en repetidas ocasiones que esas tarifas se ofrecen “Sin permanencia”.

En adelante aludiremos a ella como la “**Publicidad Reclamada**”.

3. Según expone en su escrito de reclamación, Xfera Móviles S.A.U. (MásMóvil) alega que la Publicidad Reclamada es engañosa pues, según sostiene, en ella se afirma que sus ofertas no están sujetas a un compromiso de permanencia cuando ello no es cierto puesto que, si el usuario cancela el servicio contratado durante los 12 primeros meses desde la contratación, es penalizado con la cantidad de 150€ en concepto de coste de la instalación de la fibra, extremo que no se indica en la publicidad y supone exigir un compromiso de permanencia encubierto.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él alega que la publicidad no es engañosa, pues la oferta promovida no está sujeta a un compromiso de permanencia, y en las condiciones legales del servicio se advierte claramente que la contratación del servicio de fibra, salvo que sea autoinstalable, lleva asociado un coste de instalación por importe de 150 euros y que Vodafone renuncia a su cobro caso de que el cliente se mantenga activo en el servicio, al menos 12 meses, desde la fecha de instalación.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz del principio de veracidad recogido en el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “**Código de AUTOCONTROL**”).

Según el primero de estos dos preceptos, “*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”.*

Por su parte, la norma 14 del Código de Autocontrol dispone lo siguiente: *“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, 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. (...); 14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omite 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”.*

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, Xfera Móviles S.A.U. (Masmóvil) considera que la Publicidad Reclamada es engañosa por razón de que induce a creer erróneamente que el servicio de fibra ofrecido no tiene asociado un compromiso de permanencia cuando ello no coincide con la realidad, puesto que, si el cliente cancela el servicio antes de los 12 meses desde la fecha de instalación de la fibra, la anunciante le cobra el coste de instalación cuyo importe asciende a 150 euros.
3. Esta Sección hace constar que la Publicidad Reclamada incluye una alegación clara e inequívoca según la cual la reclamada ofrece un servicio de fibra a determinadas tarifas sin compromiso de permanencia. Y ha quedado acreditado que la tarifa promovida, en sí misma considerada no lleva asociada ese compromiso. Dicho con otras palabras, no hay una penalización asociada o vinculada a la permanencia en la tarifa.
4. Sin embargo, la tarifa promovida conlleva un coste de instalación de 150 euros, que la compañía anunciante renuncia a cobrar si el cliente permanece en la tarifa más de 12 meses. Es decir, existe un compromiso de permanencia pero vinculado, no a una eventual bonificación de la tarifa, sino al coste de instalación.
5. Sin embargo, nada de esto se advierte en el mensaje publicitario principal. En este no se revela ni que la tarifa promocionada conlleva un coste de instalación, ni que éste es condonado en caso de que el cliente permanezca más de 12 meses. Esta circunstancia sólo se revela en un apartado distinto de condiciones legales al que el cliente debe acceder expresamente tras activar un enlace que figura en la publicidad.
6. A juicio de esta Sección, esta específica configuración de la publicidad, y en particular, la omisión de cualquier advertencia en la propia publicidad sobre el hecho de que la oferta del servicio de fibra promocionada tiene un coste de 150 euros en concepto de gastos de instalación, en caso de que el cliente cancele el servicio antes de los 12 meses desde la fecha de su instalación, resulta incompatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL. En efecto, la información omitida es esencial para que el consumidor medio pueda comprender las condiciones en las cuales la tarifa promovida no lleva asociada una obligación de permanencia de 12 meses, de suerte que su omisión en la propia publicidad es apta para provocar una expectativa errónea al consumidor

medio normalmente informado, razonablemente atento y perspicaz sobre el alcance y condiciones de la oferta promovida. Dicho con otros términos: puesto que en la Publicidad Reclamada no se advierte al consumidor de ningún otro coste que el de la tarifa, advirtiendo de forma reiterada que ésta es “sin permanencia”, un consumidor medio normalmente informado, razonablemente atento y perspicaz concluirá que por el coste indicado en la publicidad tendrá acceso a la tarifa promocionada, pudiendo permanecer en la misma el tiempo que quiera, sin que una baja prematura conlleve ninguna penalización. Sin embargo, lo cierto es que el acceso a la tarifa promocionada conlleva un coste de instalación de 150 euros, circunstancia ésta que no se revela en la propia publicidad; como tampoco se revela que el hecho de que el cliente no deba abonar este coste al contratar la tarifa se debe a una eventual condonación del mismo que sólo se producirá si el cliente permanece 12 meses en la tarifa contratada, ni que en caso contrario el cliente deberá abonar esos 150 euros.

7. Frente a las conclusiones obtenidas sobre la incompatibilidad de la publicidad con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, en fin, no cabe alegar, como lo hace la reclamada, que en las condiciones legales del servicio promovido se advierte que la contratación del servicio de fibra, salvo que sea autoinstalable, lleva asociado un coste de instalación por importe de 150 euros y que Vodafone renuncia a su cobro caso de que el cliente se mantenga activo en el servicio, al menos 12 meses, desde la fecha de instalación. Dos son las razones que sustentan el rechazo de esta alegación:

*Primera*, esa información no aparece en la propia publicidad y es doctrina constante de este Jurado que la parte de la publicidad que aparece de un modo destacado en la misma no puede verse limitada de forma relevante o significativamente contradicha por otros mensajes menos destacados que impiden que el consumidor pueda comprender adecuadamente el alcance real de la oferta. Y esto que es lo que sucede en este caso por las razones que ya han sido expuestas en el fundamento anterior.

*Segunda*, y a mayor abundamiento, la información en cuestión, en la medida en que aparece junto con muchas otras informaciones y, por ello, diluida entre ellas, puede pasar desapercibida al consumidor medio.

Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol.

## ACUERDA

1. Estimar la reclamación presentada por la empresa Xfera Móviles S.A.U. (Masmóvil) contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España S.A.U.
2. Declarar que la Publicidad Reclamada infringe el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online y la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.
3. Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada.
4. Imponer a Vodafone S.A.U. el pago de los costes del presente procedimiento conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.