



# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## DICTAMEN

Reclamada	Energía Colectiva, S.L.
Nombre del asunto	Nuestras tarifas son más baratas. Internet
Nº de asunto	133/R/2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Quinta
Fecha	10 de septiembre de 2021

### RESUMEN

Dictamen de 10 de septiembre de 2021, de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL, por el que se expresa el parecer de la Sección sobre la corrección deontológica de una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Energía Colectiva, S.L.

El procedimiento se inició en relación con una publicidad difundida en la página web de la empresa reclamada en la que se afirmaba: “Nuestras tarifas son más baratas que muchas de las tarifas de la competencia”.

El Jurado entendió que si el anunciante, en el marco de un procedimiento con debate contradictorio que no se había podido producir, aportase pruebas suficientes que acreditasen que las tarifas del anunciante eran más baratas que las de la mayoría de la competencia, la publicidad resultaría compatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. En caso contrario, la publicidad debería ser considerada engañosa e incompatible con la norma antes indicada.

#### Revisión de dictamen

Tras un escrito de Energía Colectiva, S.L., mostrando su disconformidad con el Dictamen de la Sección, éste fue elevado al Pleno del Jurado para su eventual revisión. El Pleno entendió que, con las pruebas aportadas por el anunciante, la publicidad no puede ser considerada engañosa, de forma que resulta compatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

En Madrid, a 10 de septiembre de 2021, 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 del procedimiento iniciado de oficio a instancias de Kontsumobide (Instituto Vasco de Consumo) en aplicación del Convenio de Colaboración suscrito entre esta entidad y Autocontrol, en relación con una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Energía Colectiva, S.L. emite el siguiente

### DICTAMEN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 26 de agosto de 2021, Kontsumobide (Instituto Vasco de Consumo) instó la actuación de este Jurado en relación con una comunicación comercial de la que es responsable la empresa Energía Colectiva, S.L. (“**ENERGYGO**”). En cumplimiento de lo dispuesto en el Convenio de Colaboración suscrito entre la citada entidad y AUTOCONTROL, se inició de oficio el presente procedimiento.
2. El procedimiento se inicia en relación con una publicidad difundida en la página web de la empresa reclamada en la que se afirma: “Nuestras tarifas son más baratas que muchas de las tarifas de la competencia”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad objeto del presente Dictamen**”.

3. En el escrito que ha sido trasladado a este Jurado y con base en el cual se ha iniciado el procedimiento de oficio, Kontsumobide plantea a este Jurado si la Publicidad objeto del presente Dictamen puede resultar engañosa al publicitar sus tarifas como más económicas de cuantas comercializan la mayoría de sus competidores.
4. Comunicada la iniciación de oficio del presente procedimiento a la empresa anunciante, ésta no ha presentado escrito de contestación en plazo, por lo que en aplicación del artículo 18.2 del Reglamento del Jurado, procede la emisión del presente Dictamen.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, debe advertirse que, en la medida en que el escrito que ha dado origen al presente procedimiento se dirige contra una empresa que no es socia de AUTOCONTROL ni se encuentra por otros motivos vinculada al Jurado, el presente dictamen carece de carácter vinculante para la misma.

A este respecto, debe indicarse que, como en el resto de los organismos de autorregulación publicitaria existentes en todos los países del entorno UE, y con el fin de crear sistemas abiertos a la sociedad, el Jurado de la Publicidad tiene encomendada la resolución de aquellas controversias que le sean presentadas por cualquier persona física o jurídica con un interés

legítimo, contra piezas publicitarias tanto de empresas asociadas como de terceros. Sin embargo, las resoluciones que dirimen tales controversias sólo tienen fuerza vinculante para los asociados, que voluntariamente han manifestado su adhesión al Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, el cual rige los pronunciamientos del Jurado. Por el contrario, frente a una entidad como la anunciante, no adherida al sistema de autodisciplina, este dictamen constituye una mera opinión, no vinculante, sobre la corrección ética y deontológica de la campaña publicitaria en cuestión, emitida por expertos en la materia.

En todo caso, no puede desconocerse que la mayor parte de los dictámenes que emite este Jurado son cumplidos de forma voluntaria incluso por aquellas empresas que no tienen la condición de asociadas al sistema. Probablemente este hecho se explique por la reconocida fuerza moral de que gozan tales dictámenes. Esta fuerza moral se derivaría del acreditado y reconocido prestigio de los miembros del Jurado, y del respaldo legal otorgado al sistema de autodisciplina o autocontrol, tanto a nivel comunitario (véase el Considerando 18, y los artículos 6 y 8 de la Directiva 2006/114/CE, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa; los Considerandos 32, 40, 49 y 51 y los artículos 16 y 17 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, de comercio electrónico) como a nivel estatal (véase la Exposición de Motivos de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad); previsiones normativas a las que se ha sumado el reconocimiento explícito de los códigos de conducta y el fomento de la autorregulación introducidos por la Ley 29/2009, de 30 de diciembre en la Ley 3/1991, de 10 de enero de Competencia Desleal (véase su nuevo Capítulo V), así como por la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (véase su Exposición de Motivos y su artículo 12). Con toda probabilidad, es esta misma fuerza moral la que explica también la coincidencia sustancial existente entre los dictámenes y resoluciones del Jurado y las decisiones de Jueces y Tribunales en aquellos casos en los que, de forma consecutiva, los mismos hechos han sido conocidos por éstos.

2. Entrando ya en el fondo del asunto planteado, en atención a los antecedentes de hecho anteriormente expuestos, esta Sección debe analizar la Publicidad objeto del presente Dictamen 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**”).

Esta norma dispone lo siguiente: 14.1.- *“Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. 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: (...) e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio”.*

5. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, en el presente procedimiento se cuestiona si la alegación “Nuestras tarifas son más baratas que muchas de las tarifas de la competencia”, difundida en la página web de la empresa anunciante, puede considerarse engañosa.

Así planteados los términos objeto de la presente controversia, debe recordarse que, en el ámbito de la publicidad, la carga de la prueba corresponde al anunciante. Así lo dispone la norma 23 del Código de AUTOCONTROL, según la cual *“Corresponde al anunciante la carga de probar la veracidad de las afirmaciones y alegaciones incluidas en las comunicaciones comerciales”.* Esta norma, por lo demás, se encuentra en plena sintonía con lo dispuesto en la Ley de Enjuiciamiento Civil, que también impone al anunciante la carga de probar la veracidad y exactitud de las alegaciones incluidas en su publicidad.

6. Pues bien, en la Publicidad objeto del presente Dictamen se cuestiona una alegación objetiva, esto es: “Nuestras tarifas son más baratas que muchas de las tarifas de la competencia”. En efecto, esta alegación traslada un mensaje objetivo y verificable, de acuerdo con el cual el anunciante ofrece unas tarifas más baratas que las de la mayoría de la competencia.

Por lo tanto, en aplicación de las normas transcritas, la carga de acreditar la veracidad y exactitud de dicho mensaje incumbe al anunciante. Ello implica que éste, llegado el caso, debería aportar prueba suficiente que acredite que sus tarifas son inferiores a las de muchos de sus competidores.

7. No obstante, el anunciante, en su condición de entidad no adherida ni vinculada a AUTOCONTROL, ha optado legítimamente por no participar en el presente procedimiento y, en consecuencia, no se ha producido en el marco del mismo el debate contradictorio dentro del cual aquél debería haber aportado la prueba a la que acabamos de aludir.

En estas circunstancias, el Jurado debe concluir que si -en el marco de un procedimiento contradictorio que de momento no se ha podido producir- el anunciante aportase pruebas suficientes de la veracidad y exactitud del mensaje transmitido por su publicidad, ésta sería compatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL. En caso contrario, (esto es, si en el marco de un procedimiento contradictorio en el que participase el anunciante esas pruebas no fuesen aportadas o las aportadas fueran insuficientes) la publicidad debería ser considerada engañosa e incompatible con la norma antes indicada.

Este Dictamen se emite únicamente con la información aportada por el solicitante, careciendo de cualquier naturaleza de carácter vinculante. El Dictamen expresa el parecer del Jurado sobre la corrección deontológica de la publicidad sometida a su análisis, el cual, como es habitual, queda sometido a cualquier otro mejor fundado.

Adicionalmente, y al amparo de lo dispuesto en el artículo 30 del Reglamento del Jurado de la Publicidad, este Jurado acuerda comunicar el presente Dictamen a la Administración Pública competente.