

Resolución de 25 de noviembre de 2016 de la Sección Quinta del Jurado por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España S.A.U. La Sección estimó parcialmente la reclamación, declarando que la publicidad infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL así como el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

Frente a dicha resolución, Vodafone España S.A.U, interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 12 de enero de 2017.

Resumen de la Resolución: **Particular vs. Vodafone España S.A.U.** **“Paquetes de Televisión”**

Resolución 25 de noviembre de 2016 de la Sección Quinta del Jurado por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular en relación contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vodafone España S.A.U.

La reclamación se formuló frente a una publicidad, difundida en Internet, en la que se promueven paquetes de canales de televisión y que en su apartado “Paquetes de televisión” se afirma que el “Paquete Esencial” contiene más de 70 canales, que el “Paquete Extra” contiene más de 100 canales, y que el “Paquete Total” contiene más de 120 canales.

La Sección estimó parcialmente la reclamación declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en la medida en que no había quedado acreditado que el “Paquete Esencial” ofertase más de 70 canales en la totalidad de las Comunidades Autónomas en las cuales estaban disponibles los paquetes.

Por el contrario, el Jurado no consideró contraria al principio de veracidad la información contenida en la publicidad reclamada acerca de que el “Paquete Extra” y el “Paquete Total” reúnen más de 100 y 120 canales respectivamente, ya que según la prueba aportada por Vodafone, sí resultó acreditado que esos dos paquetes contienen el número de canales a los que aluden en la publicidad.

Dado que se apreció una vulneración de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, el Jurado también entendió que existía infracción del artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

Frente a dicha resolución, Vodafone España S.A.U, interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 12 de enero de 2017.

Texto completo de la Resolución del Jurado: **Particular vs. Vodafone España S.A.U.** **“Paquetes de Televisión”**

En Madrid, a 25 de noviembre de 2016, 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 un particular contra 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 3 de noviembre de 2016, 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 publicidad objeto de reclamación fue difundida en Internet y, en concreto, en la página web <http://www.vodafone.es/c/particulares/es/descubre-vodafone/te-ofrecemos/television-inteligente/>. En ella se promueven paquetes de canales de televisión y en su apartado "Paquetes de televisión" se afirma que el "Paquete Esencial" contiene más de 70 canales, que el "Paquete Extra" contiene más de 100 canales, y que el "Paquete Total" contiene más de 120 canales.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la "Publicidad Reclamada".

3.- Según expone el particular en su escrito de reclamación, la publicidad reclamada es engañosa, pues, según sostiene, se hace alusión errónea al número de canales incluidos en cada paquete. En particular, según afirma el particular, el paquete Vodafone TV Esencial tiene un total de 65 canales, cuando en la publicidad se afirma que tiene más de 70. Por su parte, el paquete Extra cuenta con 91 canales en cobertura de fibra o 89 canales en cobertura de xDSL frente a los "más de 100 canales" publicitados, y el paquete Vodafone TV Total contiene 109 canales en cobertura de fibra o 105 canales en cobertura de xDSL frente a los "más de 120 canales" publicitados. Y esa información errónea no sólo se afirma en la publicidad reclamada sino también, según alega el reclamante, en todas las plataformas de publicidad de Vodafone. Así, en el 1444 (Número de atención comercial de Vodafone) se hace referencia a ese erróneo número de canales por paquete, y también en la revista disponible en tiendas de Vodafone. Incluso Vodafone envió un comunicado de prensa el 10 de agosto de 2016, indicando que "Vodafone TV cuenta con tres modalidades, en función del número de canales que el Cliente quiera disfrutar: Vodafone TV Esencial (más de 70 canales), Vodafone TV Extra (más de 100 canales) y Vodafone TV Total (más de 120 canales).

4.- Trasladada la reclamación a Vodafone, esta empresa ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, sostiene que la publicidad controvertida no es engañosa y que el particular, al calcular el número de canales incluidos en los paquetes ofrecidos en ella, parte de una premisa errónea, puesto que para hacer el cálculo de dichos canales no tiene en cuenta los siguientes extremos:

i) Que dentro del “Paquete Esencial” se incluyen además dos canales propios de Vodafone, denominados “Recomendados” y “Canal de Invitados”, no incluidos en el listado debido al fin informativo y promocional de dichos canales y, sin embargo, no se incluyen en el cálculo por ejemplo otros dos canales como son “Últimos 7 días” o “Netflix”. Asimismo tampoco se incluyen en el listado los canales Autonómicos puesto que varían según la Comunidad y en todo caso oscilan entre 2 y 5 canales.

ii) Que para el “Paquete Extra”, además de los canales incluidos en el “Paquete Esencial” está incluido el canal “Eurosport 360”, que es un multicanal dividido en 8 canales.

A modo de ejemplo, el reclamado alega que en Vizcaya (provincia del reclamante) el paquete esencial consta de 65 canales incluidos en el listado, 2 canales adicionales propios (“Recomendados” y “Canal invitado”) y 4 canales autonómicos (ETB1, ETB2, ETB3 y ETB4) lo que suma un total de 71 canales, esto es, “más de 70 canales” tal y como consta en la publicidad reclamada. Respecto al “Paquete Extra”, la reclamada señala que el mismo está compuesto por los 71 canales del “Paquete Esencial” más 36 canales asociados a este paquete lo que hace un total de 107 canales, esto es, “más de 100 canales” tal y como se indica en la publicidad reclamada. Finalmente, y en lo relativo al “Paquete Total” indica que hay que añadir los canales del “Paquete Esencial”, los del “Paquete Extra”, más sus 18 canales adicionales lo que hace un total de 125 canales, es decir, “más de 120 canales” en atención a lo recogido en la publicidad.

En suma, según la reclamada, la publicidad controvertida es exacta y veraz pues el número de canales que se engloban en cada uno de los paquetes ofertados son efectivamente los que la compañía ofrece.

5.- El 17 de noviembre de 2016 la Sección Quinta del Jurado, a la vista de los escritos presentados por las partes, acordó requerir a la reclamada para que, en el plazo de cuatro días hábiles a contar desde la recepción de dicho requerimiento, aportase prueba suficiente que acreditase la existencia del número mínimo de canales que engloban los paquetes de televisión denominados “Paquete Esencial”, “Paquete Extra” y “Paquete Total” en las distintas Comunidades Autónomas.

6.- En respuesta a tal requerimiento, el pasado día 24 de noviembre de 2016 Vodafone remitió a la Secretaría del Jurado un escrito y un documento en el que se detallan los canales autonómicos y locales que se incluyen dentro de los paquetes de televisión promocionados en la publicidad reclamada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho expuestos y al 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. La publicidad no deberá ser engañosa. 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: a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio. 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.- En el caso que nos ocupa, el particular reclamante –como se ha reflejado en los antecedentes de hecho– considera engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta induce a error sobre las condiciones de la oferta. En particular, el reclamante afirma que en ella se hace alusión errónea al número de canales incluidos en cada paquete ofertado en dicha publicidad. Así, según concluye el particular, el paquete Vodafone TV Esencial tiene un total de 65 canales, cuando en la publicidad se indica que tiene más de 70. Asimismo, afirma también que el paquete extra cuenta con 91 canales en cobertura de fibra u 89 canales en cobertura de xDSL frente a los "más de 100 canales" publicitados; y el paquete Vodafone TV Total contiene 109 canales en cobertura de fibra o 105 canales en cobertura de xDSL frente a los "más de 120 canales" publicitados.

Por su parte, Vodafone discrepa de las conclusiones alcanzadas por el particular y entiende que éste, para calcular el número de canales incluidos en cada uno de los paquetes promocionados, parte de premisas erróneas. Vodafone alega que, además de los canales que enumera el particular para cada paquete en el cálculo que sirve de base para la reclamación, los paquetes de canales promocionados incluyen canales adicionales no mencionados por el particular ni incluidos en su cálculo (“Recomendados”; “Canal invitado”; canales autonómicos; 8 canales de Eurosport 360 en el paquete extra, etc.).

Como apoyo a sus alegaciones Vodafone expone el ejemplo de País Vasco donde el número de canales de cada paquete, - 71 para el “Paquete Esencial”, 107 para el “Paquete Extra” y 125 para el “Paquete Total”-, supera al indicado en la publicidad.

3.- A la vista de las alegaciones de las partes y de que Vodafone en su escrito de alegaciones se refiere únicamente al número de canales que engloban los distintos paquetes de televisión en el País Vasco, esta Sección acordó requerir a Vodafone para que aportase pruebas adicionales suficientes que acreditasen que en todas las Comunidades Autónomas se cumplía con el mínimo de canales publicitados.

Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho de la presente Resolución, la reclamada ha aportado una tabla en la que se detallan los canales autonómicos y locales que se incluyen dentro de los paquetes de televisión promocionados en la publicidad reclamada.

4.- En este punto, y una vez examinada la prueba aportada, esta Sección estima oportuno diferenciar entre los distintos paquetes promocionados, estos son, “Paquete Esencial”, “Paquete Extra” y “Paquete Total”.

Respecto al “Paquete Esencial”, se desprende de la prueba aportada que el número de canales locales y autonómicos varía de 1 a 7 dependiendo de la Comunidad Autónoma. Por ello, realizando el sumatorio de los 65 canales publicitados, más los dos canales adicionales propios (“Recomendados” y “Canal Invitado”), solamente quedaría acreditada la veracidad de la alegación controvertida, esto es “más de 70 canales”, en aquellas Comunidades Autónomas con, al menos, 4 canales autonómicos o locales. Circunstancia esta última que solamente se cumpliría para el caso de la Comunidad Autónoma de Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Castilla y León, Andalucía, Navarra, La Rioja, Galicia y País Vasco y no para la totalidad de las Comunidades Autónomas del territorio nacional, tal y como así se desprende del listado aportado por la propia reclamada.

Por el contrario, de la prueba aportada por Vodafone sí queda acreditado que tanto el “Paquete Extra” como el “Paquete Total” reúnen más de 100 y 120 canales respectivamente, tal y cómo se indica en la publicidad reclamada.

En estas circunstancias y tras el análisis de la prueba aportada por las partes, el Jurado debe concluir que la publicidad no es compatible con la norma 14 del Código de Autocontrol pues la publicidad no se corresponde con la realidad de la oferta, proporcionándose información errónea que es apta para afectar al comportamiento económico de un consumidor medio, razonablemente informado, atento y perspicaz sobre un extremo relevante, esto es, sobre cuál es el número de canales ofertados en el “Paquete Esencial” dentro de su oferta de paquetes televisivos.

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

ACUERDA

1º.- Estimar parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

3º.- Instar a la empresa Vodafone España, S.A.U., la rectificación de la publicidad reclamada.

4º.- Imponer a Vodafone España SAU el pago de la mitad de las tasas devengadas por la tramitación del presente procedimiento, de conformidad con las tarifas aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.