



ASUNTO Nº: 116/R/ABRIL 2015  
ASOCIACIÓN DE INTERNAUTAS, UNIÓN DE CONSUMIDORES DE CATALUÑA Y UNIÓN DE  
CONSUMIDORES DE LA COMUNITAT VALENCIANA vs. TELEFÓNICA DE ESPAÑA S.A.U  
"Precio Movistar Fusión"

En Madrid, a 14 de mayo de 2015, reunida la Sección Sexta del Jurado de la Publicidad de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Manuel Otero Lastres, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Internautas, la Unión de Consumidores de Cataluña y la Unión de Consumidores de la Comunitat Valenciana, contra una publicidad de la que es responsable la Telefónica España S.A.U., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 23 de abril de 2015, la Secretaría del Jurado de la Publicidad de Autocontrol procedió a la acumulación para su tramitación conjunta de varias reclamaciones presentadas por la Asociación de Internautas, la Unión de Consumidores de Cataluña y la Unión de Consumidores de la Comunitat Valenciana, (en adelante, los **"Reclamantes"**) contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Telefónica España S.A.U. (en adelante, **"Telefónica"**).

2.- La reclamación se formula frente a varias piezas.

En la primera pieza leemos: "Telefónica presenta "Movistar Fusión", la oferta integrada de comunicaciones más competitiva del mercado español. "Movistar Fusión" está dirigido a todos los usuarios de telecomunicaciones, sean o no clientes de Telefónica. Desde 49,9 euros al mes el cliente podrá tener con Movistar Fusión línea fija, ADSL o fibra, Imagenio y línea móvil para hablar y navegar, con la cuota de abono incluida en el precio, en una única factura. El cliente podrá unir a las diversas alternativas de Movistar Fusión otros elementos como líneas móviles adicionales, tarjetas multisim, o un plan de renovación y financiación del terminal. Madrid, 14 de septiembre de 2012. – Telefónica ha presentado hoy Movistar Fusión, una oferta integrada de telecomunicaciones que nace con vocación de convertirse en la mejor y más competitiva del sector. Con Movistar Fusión la compañía culmina un año de profundos cambios en su estrategia comercial. Se trata de un nuevo concepto de servicios que tiene como señas de identidad el ahorro, la transparencia y la sencillez, especialmente para aquellos clientes que tengan, o



contraten, todos sus servicios con Movistar. Los precios Movistar Fusión serán precios finales y para siempre, y por primera vez, los clientes recibirán una única factura con todos sus productos integrados. (...)”.

En la segunda pieza, que se encuentra en la página web de la mercantil leemos: “(...) Cuánto cuesta: Precios. ¿Cuánto cuesta Movistar Fusión?, ¿El precio de Movistar fusión es para siempre? El precio de Movistar Fusión es para siempre (sujeto a cambios impositivos) mientras mantengas el contrato en vigor y no cambies de modalidad. Puedes consultar los precios de las distintas modalidades en <https://www.movistar.es/particulares/oferta-combinada/fusion/> o, si eres autónomo, en <http://www.movistar.es/autonomos/oferta-combinada/fusion> (...)”.

3.- En relación con las piezas descritas los Reclamantes alegan que la publicidad es engañosa en la medida en que en las mismas se hace referencia a que el precio de Movistar Fusión será para siempre cuando de conformidad con la noticia emitida el pasado 27 de marzo de 2015 a partir del 5 de mayo Telefónica subirá 5 euros el precio de Movistar Fusión.

En primer lugar, los Reclamantes indican que en septiembre de 2012 el presidente de Telefónica indicó mediante nota de prensa que los precios de Movistar Fusión serían precios finales y para siempre. Así, se refleja en la página web de la reclamada en la que figura que la oferta es para siempre, aunque sujeta a cambios impositivos, esto es a cambios fiscales. En este sentido, los Reclamantes consideran que este cambio, no se corresponde con la información desvelada en las piezas reclamadas ya que el cambio en el coste del producto no puede entenderse como un cambio impositivo sino como una interpretación de las condiciones originales del producto que ha dado lugar a una nueva oferta. Por ello, los Reclamantes entienden que los consumidores que se acogieron a la oferta a la que hacen referencia las piezas según la cual el precio de “Movistar Fusión” se iba a mantener para siempre, deberían disfrutar del producto contratado por el precio ofertado salvo por cuestiones estrictamente fiscales.

En este sentido, entienden que la publicidad reclamada infringiría, entre otros, los artículos 5.1 e), 7.1 y 7.2 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; el artículo 61.2 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias así como lo establecido en el Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, en particular en las normas 2, 4, y 14 así como los artículos A1 y A2 de los Capítulos Especiales del Código Consolidado ICC en Materia de Publicidad Comercial y Mercadotecnia de la Cámara de Comercio Internacional.

En apoyo de estas afirmaciones, los Reclamantes aportan al procedimiento (i) Copias de las noticias de diversos medios en las que se hace referencia a la subida en el precio del producto “Movistar Fusión” y (ii) Copia de la comunicación enviada por parte de Telefónica a sus clientes informándoles de la subida.



Por todo ello, los Reclamantes solicitan al Jurado que estimen la reclamación por incurrir en publicidad engañosa, acordando imponer las medidas y/o sanciones que en su virtud corresponda.

4.- Traslada la reclamación a Telefónica, esta compañía ha presentado escrito de contestación frente a las alegaciones de los Reclamantes, en el que se opone a las mismas. En este sentido, indica que la nota de prensa reclamada, no puede ser objeto de valoración por parte del Jurado de Autocontrol, puesto que la misma se difundió hace más de dos años y medio y según el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado de la Publicidad: *"No se tramitarán reclamaciones sobre anuncios que no se hubieran difundido en los doce meses anteriores (...)"*.

Por otro lado, Telefónica defiende que el apartado de preguntas frecuentes de su página web y la nota de prensa reclamada tampoco deben ser objeto de valoración por parte del Jurado, en la medida en que no pueden considerarse comunicaciones comerciales de conformidad con el apartado f) del Anexo de la Ley 34/2002 de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico ni con lo establecido en el artículo 19 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

En segundo lugar, Telefónica señala que la Real Academia Española define *"para siempre"* como *"por todo el tiempo o por tiempo indefinido"* e *"Indefinido"* como *"Que no tiene término señalado o conocido"* y que por eso se indicó que la oferta de Movistar Fusión era para siempre, porque no tenía un fin determinado, lo que según defiende Telefónica, no obsta para que en un momento dado dicha oferta pueda cambiar. Así las cosas, la mercantil entiende que las piezas reclamadas, aun cuando fueran consideradas publicidad, no podrían entenderse engañosas.

Finalmente, Telefónica hace constar en su escrito que ya ha procedido a eliminar la mención *"para siempre"* del apartado de preguntas frecuentes de su página web.

Por todo ello, solicitan al Jurado proceda al archivo del procedimiento.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos, debe hacerse constar en primer lugar que las reclamaciones que han dado origen al presente procedimiento se dirigen, tanto frente a mensajes que se encuentran actualmente difundándose (como los incluidos en la sección de preguntas frecuentes de la página web de Telefónica) como frente a mensajes que – conforme acredita la reclamada- han sido difundidos hace dos años y medio (en concreto, la nota de prensa relativa al lanzamiento del servicio denominado Movistar Fusión).



2.- Pues bien, en relación con el primero de estos mensajes (esto es, el que se difundía todavía en el momento en el que se presentaron las reclamaciones), Telefónica ha expresado en su escrito de contestación su compromiso de eliminar del mismo la expresión "para siempre" que acompaña a las referencias al precio de su servicio.

Así las cosas, esta Sección debe traer a colación el apartado 2 del artículo 13 del Reglamento del Jurado de la Publicidad (en lo sucesivo, el "Reglamento del Jurado"), el cual señala que "(...) *Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la publicidad cuestionada*".

En consecuencia, y en relación con la publicidad que todavía se difundía en el momento en que se presentaron las reclamaciones, debe entenderse que se ha producido un compromiso de cese que, en aplicación del artículo 13.2 del Reglamento del Jurado, debe conllevar el archivo de la reclamación frente a aquella publicidad.

3.- En lo que respecta a la publicidad que se difundió en el momento en que se procedió al lanzamiento del servicio Movistar Fusión, consta acreditado en el presente procedimiento que dicha publicidad fue difundida hace dos años y medio.

Pues bien, una vez más ha de traerse a colación el artículo 13 del Reglamento del Jurado, que establece lo siguiente: "*No se tramitarán reclamaciones sobre anuncios que no se hubieran difundido en los doce meses anteriores (...)*".

En consecuencia, el tiempo transcurrido desde el momento de la difusión de la publicidad, y la aplicación en esta sede del artículo 13 del Reglamento del Jurado, impiden a éste pronunciarse en torno a la compatibilidad de aquella con el Código de Conducta Publicitaria.

4.- Cuestión distinta –también planteada por los reclamantes, y que por lo tanto debe ser abordada en la presente resolución– es la relativa a las consecuencias que podrían derivarse de la eventual aplicación a la publicidad ya difundida (en particular, a la publicidad difundida en el momento del lanzamiento del servicio Movistar Fusión) del artículo 61.2 del Texto Refundido de la Ley General de Defensa de los Consumidores y Usuarios, conforme al cual "el contenido de la oferta, promoción o publicidad, las prestaciones propias de cada bien o servicio, las condiciones jurídicas o económicas y garantías ofrecidas serán exigibles por los consumidores y usuarios, aun cuando no figuren expresamente en el contrato celebrado o en el documento o comprobante recibido y deberán tenerse en cuenta en la determinación del principio de conformidad con el contrato".

Sin embargo, es evidente que es ésta una cuestión de naturaleza puramente contractual (pues se refiere a derechos de esta naturaleza que eventualmente puedan ejercer los consumidores) y que por lo tanto resulta completamente ajena a las competencias de este Jurado, que se limitan al análisis de la corrección deontológica de la publicidad.



Y en relación con este análisis –que sería el único que podría realizar este Jurado- ya se ha expuesto que el tiempo transcurrido desde el momento en que se difundió el primer mensaje objeto de reclamación, y el compromiso de cese de Telefónica en relación con el segundo, impiden a este Jurado –en aplicación del artículo 13 de su Reglamento- cualquier pronunciamiento sobre el fondo.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

#### **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por Asociación de Internautas, la Unión de Consumidores de Cataluña y la Unión de Consumidores de la Comunitat Valenciana contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Telefónica España S.A.U.