



simyo denuncia a Orange y Vodafone por publicidad engañosa y Autocontrol le da la razón y obliga a estas dos compañías a modificar su publicidad

- **Simyo había denunciado varias campañas de publicidad en diversos medios en las que los operadores móviles promocionaban sus “tarifas planas”**
- **Para el operador de KPN, Orange y Vodafone denominan “tarifas planas” a lo que en realidad son bonos limitados de minutos, creando falsas expectativas en los usuarios**
- **Autocontrol estima totalmente las pretensiones de simyo contra Orange y parcialmente contra Vodafone, por lo que estas compañías tendrán que retirar o rectificar parte de sus campañas publicitarias denominadas “Tarifas Planas”**

Madrid, 6 de julio de 2010 - simyo, el operador de la holandesa KPN, vuelve a ser noticia. Esta vez es por haber logrado una importante victoria con consecuencias importantes en el terreno publicitario. Autocontrol, asociación sin ánimo de lucro, que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español ha estimado totalmente la reclamación que simyo ha interpuesto ante esta asociación contra Orange. La reclamación de simyo consideraba que muchas de las campañas publicitarias realizadas por ORANGE, para promocionar sus “tarifas planas” resultan engañosas, en la medida en que se denomina “tarifa plana” a algo que en realidad es un bono de minutos. Por idéntica razón simyo reclamó ante Autocontrol que varias de las campañas publicitarias de Vodafone que promocionaban sus tarifas planas eran también engañosas. Tras estudiar las reclamaciones de simyo y los recursos, Autocontrol ha decidido estimar totalmente la reclamación contra Orange y parcialmente la reclamación contra Vodafone, instando a ambas a retirar o modificar varios de sus anuncios de radio, prensa y televisión.

El caso de Orange

En abril de 2010, simyo había denunciado que la práctica totalidad de los anuncios agrupados por las campañas “Básico de Orange” y “Tarifas Planas de Orange” resultaban engañosos e incumplían algunos artículos de Código de Conducta Publicitaria y Ley General de Publicidad. En primer lugar, se publicitaba como “Tarifas Planas” lo que en realidad consistía en bonos de minutos mensuales, que además conllevaban otras limitaciones, como máximos de minutos en llamadas a móviles, cantidades restringidas de números llamados, exclusiones de ciertos tipos de llamadas o precios superiores a los promocionados. En estos anuncios se destacaba la cuota mensual de la tarifa plana, y conceptos como el ahorro y el control del gasto como mensajes principales, relegándose las limitaciones a un plano secundario, en concreto a una letra pequeña en ocasiones ilegible, o incluso omitiéndose (en las cuñas de radio).

El caso de Vodafone

El caso de Vodafone es casi idéntico; también en abril de 2010 simyo elevó su reclamación a Autocontrol, considerando que sus campañas denominadas genéricamente como “Tarifas Planas de Vodafone” resultaban engañosas e incumplían algunos artículos del Código de Conducta Publicitaria y de la Ley General de Publicidad por varios motivos: en primer lugar, una vez más, se estaba publicitando como “tarifa plana” lo que, en opinión de simyo, no es más que un bono de minutos. Además, en estos anuncios, el mensaje principal (tarifa plana por X euros al mes) era tan llamativo en comparación con el secundario -la letra pequeña que establece los límites de la tarifa plana- que el consumidor podría asumir que la contratación de la tarifa plana incluye un número ilimitado de llamadas; por último, estas tarifas planas llevaban aparejados unos beneficios (sms gratis para siempre, llamadas gratis los fines de semana para siempre, etc) cuyos reclamos publicitarios podían generar la expectativa de que su contratación conllevaba disponer del beneficio indefinidamente, independientemente de si se da de baja la tarifa plana, cuando en realidad el disfrute del beneficio se limita al periodo durante el que se tenga contratada la tarifa plana en cuestión (es decir, la llamadas gratis los fines de semana se disfrutaban mientras se tiene contratada la tarifa plana y no “para siempre”).

La resolución de Autocontrol

Autocontrol decidió admitir a trámite y analizar las reclamaciones de simyo y los subsiguientes recursos de alzada. Finalizada la fase de reclamaciones y recursos, Autocontrol dictaminó, en resumen, que las compañías que utilicen el reclamo “tarifa plana” en publicidad deben situar los límites y condiciones de dichas tarifas planas al mismo nivel que el mensaje principal con el



objetivo de minimizar la generación de expectativas en los usuarios, es decir, la posibilidad de realizar llamadas ilimitadamente, que luego se puedan ver frustradas. Y tanto Vodafone como Orange, en ciertos anuncios, situaban las condiciones y limitaciones en un plano secundario (letra pequeña) prácticamente ilegible para el usuario. En consecuencia, esta asociación estima totalmente (en el caso de Orange) y parcialmente (en el caso de Vodafone) las reclamaciones de simyo e insta a estas dos compañías a retirar o rectificar los anuncios objeto de reclamación.

La opinión de simyo

Una vez conocidas las resoluciones, simyo quiere manifestar su satisfacción con la decisión de Autocontrol por el resultado de sus acciones porque entiende que ayudan a mejorar la transparencia y veracidad de la oferta de telefonía móvil a disposición del usuario español.

simyo en su compromiso por la transparencia en el mercado y en pro del consumidor continuará denunciando este tipo de prácticas.

resoluciones de Autocontrol al completo pueden consultarse en www.autocontrol.es

Acerca de simyo

simyo pertenece al grupo holandés KPN, el cuarto más grande de Europa, con más de 41 millones de clientes en España, Holanda, Bélgica, Francia y Alemania. **simyo** es fruto de un concepto innovador basado en la libertad de gestión de la telefonía móvil a través de Internet, lo que permite grandes ahorros que repercuten en las tarifas, ofreciendo a los usuarios los precios más competitivos del mercado. En **simyo** no hay contrato de permanencia, ni consumos mínimos ni cuotas mensuales; en **simyo** sólo se paga por lo que se habla. Y si no te convence te das de baja con un sólo clic.

Para más información:

Paulino Moreno

644 10 00 12

paulino@kpn.es

blogsimyo.es

twitter: [simyo_es](https://twitter.com/simyo_es)