



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

DÑA. LUCÍA AGUILERA PÉREZ, por vacante del Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (art. 7.2 de la O.M. de 9 de abril de 1997, B.O.E. de 11 de abril de 1997), en uso de las competencias que le otorga el artículo 40 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre,

CERTIFICA:

Que en la Sesión nº 03/00 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones celebrada el día 20 de enero de 2000, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el que se aprueba la

RESOLUCION SOBRE LA SOLICITUD DE INTERVENCIÓN PRESENTADA POR LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES Y USUARIOS DE ANDALUCÍA-FACUA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA PUBLICITARIA EFECTUADA POR “RETEVISIÓN MÓVIL, S.A.” EN MATERIA DE DESCUENTOS Y PROMOCIONES APLICABLES AL SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL.

I.- ANTECEDENTES DE HECHO.

Primero.- Mediante escrito de fecha 14 de diciembre de 1999, cuya entrada en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (en adelante CMT) ha sido registrada el día 22 de diciembre de 1999, la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Andalucía (en adelante FACUA) se ha dirigido a esta Comisión, poniendo de manifiesto el comportamiento de RETEVISIÓN MÓVIL, S.A. (en adelante AMENA) en lo que se refiere a la campaña publicitaria desarrollada por esta empresa en medios de prensa y televisión



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

para promocionar en el mercado nacional sus descuentos y promociones en determinados precios de telefonía móvil, y solicitando la intervención de la CMT en orden a la adopción de las medidas necesarias encaminadas a la corrección de dicho comportamiento, y a la eventual sanción del mismo.

Segundo.- La conducta puesta de manifiesto en el escrito de referencia consistía en la campaña publicitaria desarrollada por esta empresa en medios de prensa y televisión para promocionar en el mercado nacional en la que se oferta: “un móvil desde 12.900 pesetas con 20.000 pesetas gratis en llamadas”, mientras que en la letra pequeña del mensaje publicitario contradice el reclamo principal al indicar que “con tarjeta prepago, 10.000 pesetas gratis en llamadas más 5.000 pesetas en cada una de las 2 primeras recargas; asimismo, FACUA manifiesta que AMENA ha desarrollado recientemente otra campaña similar, en la que se ofertaba “un teléfono móvil desde 12.900 pesetas con 15.000 pesetas gratis en llamadas”, pero la letra pequeña del mensaje publicitario contradecía también el mensaje principal, advirtiendo que el usuario recibiría 10.000 pesetas en llamadas al comprar el teléfono, y las 5.000 restantes sólo al realizar la primera recarga.

FACUA manifiesta en su escrito que el mensaje principal de las citadas campañas publicitarias contradice lo expuesto en la letra pequeña de los mismos, ya que al usuario no sólo no se le regala la cantidad indicada al comprar el teléfono móvil (20.000 ó 15.000 pesetas, respectivamente), sino que se condiciona el regalo de la totalidad de dicha suma a que se recargue la tarjeta de prepago por importe de 5.000 pesetas (dos veces o una vez, respectivamente).

Tercero.- Por todo lo anteriormente expuesto, FACUA entiende que el contenido de la publicidad de referencia incurre en publicidad engañosa, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Publicidad, y solicita de la CMT la realización de las actuaciones pertinentes para que, en base a las competencias que tiene atribuidas esta Comisión, se proceda a la corrección y sanción, si procediese, de las prácticas publicitarias de referencia.

II.- FUNDAMENTOS DE DERECHO.

Primero.- La Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones, en su artículo 1.Dos.1, así como el Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (aprobado por el RD 1994/1996, de 6 de septiembre), en su artículo 4, habilitan a esta Comisión



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

para actuar como garante de las condiciones de competencia efectiva en el sector de los servicios de telecomunicación.

Entre las diversas funciones que en su calidad de tal la CMT está llamada a desempeñar figura, a tenor de lo dispuesto en el artículo 1.Dos.2, letra f), la adopción de las medidas necesarias para asegurar la conformidad de la política de comercialización de los operadores de los servicios con las exigencias de la libre competencia. Las actividades publicitarias llevadas a cabo por los agentes del sector se enmarcan en la esfera de la comercialización de productos y servicios.

Segundo.- Ello no obstante, cumple señalar, como se ha reiterado en diversas ocasiones, que los comportamientos de mera deslealtad competitiva pertenecen a una esfera competencial ajena a las funciones y atribuciones de esta Comisión. El legislador le habilita para conocer y pronunciarse a título principal en relación a comportamientos que atentan contra la libre competencia, pudiendo adoptar las medidas necesarias para restablecer el juego competitivo. Las conductas desleales no vulneran *per se* los niveles de competencia efectiva en los mercados afectados. Sin embargo, sí que son susceptibles de constituir un falseamiento de la misma. Así, la legislación en vigor, prevé la posibilidad de que un comportamiento desleal vulnere las exigencias de la libre competencia si la conducta en cuestión rebasa el ámbito de la mera deslealtad y tiene un impacto significativo sobre el mercado, perturbando sensiblemente su normal funcionamiento.

Es la presencia de este nexo indirecto y cualificado lo que legitima la intervención de esta Comisión en materia de competencia desleal, intervención ésta que se efectuará no a título principal, como corresponde a los tribunales ordinarios, sino a título incidental, a los efectos de resolver sobre una conducta anticompetitiva provocada por un comportamiento desleal de especial relevancia.

Tercero.- En el caso que nos ocupa, al margen de cuál sea la calificación jurídica de las prácticas publicitarias de AMENA en el marco de la protección de los consumidores, de la competencia desleal y de la publicidad engañosa, esta Comisión estima que los hechos puestos de manifiesto por FACUA no son susceptibles de distorsionar de manera sensible la libre competencia en el mercado nacional de telefonía móvil disponible al público, ni, en consecuencia, de afectar al interés público.

El comportamiento publicitario de AMENA no rebasaría así el ámbito de la mera deslealtad, debiendo en consecuencia ser analizado por los tribunales



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

ordinarios de la jurisdicción civil a la luz de la normativa vigente en materia de protección de los consumidores, competencia desleal y publicidad engañosa.

En razón de todo lo anteriormente expuesto, esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en el ejercicio de las funciones reconocidas en el artículo 1.Dos, apartado 1, y apartado 2, letras c) y f), de la Ley 12/1997, de 24/4/97, de Liberalización de las Telecomunicaciones,

RESUELVE

Único.- Que no ha lugar a la apertura de expediente administrativo ni, en consecuencia, a la adopción de las medidas instadas por el solicitante.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, y el Artículo 23.2 de la Orden de 9 de abril de 1997, por la que se aprueba el Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

Asimismo, se pone de manifiesto que contra la resolución a la que se refiere el presente certificado, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse, con carácter potestativo, recurso de reposición ante esta Comisión en el plazo de un mes desde el día siguiente al de su notificación o, directamente, recurso Contencioso-Administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a su notificación, de acuerdo con lo establecido en el artículo 1.ocho de la Ley 12/1997, de 24 de abril, de Liberalización de las Telecomunicaciones, la Disposición adicional cuarta, apartado 5, de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa y el artículo 116 de la



COMISION DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y sin perjuicio de lo previsto en el número 2 del artículo 58 de la misma Ley.

Vº Bº

EL VICEPRESIDENTE

LA DIRECTORA DE LA
ASESORÍA JURÍDICA,

Florenci Bach i Montserrat

Lucía Aguilera Pérez
P.V. art. 7.2 O.M. de 9 de abril de 1997
B.O.E. de 11.04.97.