

Asociación de Internautas



Vodafone desata la polémica al usar a la CMT para un anuncio

Vodafone desata la polémica al usar a la CMT para un anuncio

La campaña es reciente, pero de alta intensidad en televisión y prensa. En ella, Vodafone asegura que sus precios son un 11% más baratos que sus rivales. Basa tal afirmación en un informe de la CMT y ahí se ha desatado la polémica, porque los datos exactos no constan en ningún documento.

[1. Abril / Cinco Días](#) .- El anuncio es explícito y contundente, como mandan los cánones de la publicidad: 'Sólo con Vodafone tienes las mejores tarifas'. Pero esta vez va más allá de lo tradicional, en un esfuerzo por convertir la afirmación en inapelable. 'Según la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, nuestro precio medio por minuto es un 11% más bajo que el de la competencia', reza el anuncio como fuente de autoridad.

Es la primera vez que una de las grandes operadoras usa datos de la CMT con fines comerciales y, desde luego, no ha pasado desapercibido para el sector. Los más comprensivos han sido, quizá, los propios competidores de Vodafone que salen reflejados en el anuncio, por lo menos alguno de ellos. Según fuentes de este entorno, es normal que en materia comercial se usen todos los recursos para convencer al máximo número posible de personas.

Críticas de los consumidores

No se opina lo mismo desde la asociación de consumidores Facua, que prepara varias medidas para frenar la publicidad de Vodafone. Según asegura su portavoz, Rubén Sánchez, existe un problema con los datos utilizados en el anuncio: no proceden de informe alguno de la CMT.

Vodafone reconoce que no están expresados de forma explícita. Lo que da el regulador de forma trimestral es el ingreso medio por minuto en telefonía móvil. Se trata de una medida equivalente al precio, que refleja la media de tarifas de las operadoras ponderada por tamaño. De este cálculo, Vodafone se ha sacado a sí misma y ha comparado la cifra resultante con su dato de ingreso medio por minuto -el que envía a la CMT para que se haga la media-. Luego compara ambos números y el resultado es que su precio es un 11% más bajo.

Facua denuncia que Vodafone oculta en su anuncio una palabra clave: media. La operadora dice que sus tarifas son más baratas que la competencia y debería decir que lo son de la media de la competencia. Y es que Facua sostiene que en el cálculo de la CMT pesa sobre todo Telefónica y que la cifra que sale está distorsionada por los precios del ex monopolio. Por eso, puede ser cierto que Vodafone es más barata que Telefónica, pero no lo es con respecto a Yoigo, argumenta la asociación. 'Es un claro intento de manipulación. Nosotros creemos que es publicidad engañosa, porque puede inducir a error', explica Sánchez.

Los próximos pasos de Facua serán la interposición de denuncias ante los organismos de consumo de la Comunidad de Madrid -porque ahí tiene la sede Vodafone- y del Ministerio de Sanidad y Consumo. Pero también acudirá a la CMT, donde interpondrá un escrito de queja.

La Comisión rehusó oficialmente intervenir en la polémica, aunque otras fuentes próximas al regulador reconocen que ha causado sorpresa que Vodafone haya reinterpretado datos de la CMT

desde su propia óptica, con una fotografía final que no es del todo real. Todo apunta, además, a que buscaba compararse sólo con Telefónica y con Orange y que es cierto que es más barata que ambas, pero el resultado de la publicidad es algo confuso.

Vodafone se defiende. El formato publicitario tiene ciertas exigencias, no es una presentación extensa y donde todo tiene cabida. Pero lo importante, señala, es que la información que se contiene es veraz y sacada directamente de informes de la CMT, con una metodología explicada públicamente. El objetivo que se busca con anuncio, además, es muy concreto. 'Se puede pensar que el coste de la utilización de los servicios de telefonía está solamente relacionado con el tamaño y lo que pone de manifiesto la publicidad es que, sin ser la compañía con el mayor número de clientes, tenemos el precio por minuto un 11% menor que la media', apunta Vodafone.

2019 ©Asociación de Internautas