

PUBLICIDAD FINANCIERA

Ilícita por inducir a error

[STS, Sala de lo Civil, núm. 368/2018 de 19/06/2018, recurso: 2051/2015. Ponente: Francisco Javier Orduña Moreno.](#)

Doble vertiente del carácter ilícito de la publicidad exigida por la norma – Ninguna referencia a la actividad de mera intermediación financiera del anunciante – Exigencias de información sobre la tasa anual equivalente (TAE) (sinopsis de Fernando Zunzunegui y Florence Byrd).

Doble vertiente del carácter ilícito de la publicidad exigida por la norma: “[...]La limitación del espacio publicitario, lejos de amparar formulaciones ambiguas o genéricas, impone a la empresa anunciante un claro deber de concreción o precisión sobre lo que es objeto de anuncio, aunque sea de un modo esquemático. En el presente caso, el carácter ilícito de la publicidad en la doble vertiente exigida por la norma, es decir, aptitud del mensaje publicitario para inducir al error e idoneidad para afectar al comportamiento económico de sus destinatarios (art. 4 L.G.P.), se produce cuando con una clara inobservancia de este deber de precisión o concreción, la ambigüedad calculada del mensaje publicitario, con referencias genéricas e indeterminadas, silencia datos fundamentales de los productos y servicios ofertados que inducen a error a los destinatarios, con una clara falta de transparencia acerca de la comunicación de estos datos fundamentales necesarios para que los clientes puedan adoptar un comportamiento económico correcto.” **[Se procede a mencionar la errata respecto del art.4 LGP que en realidad se refiere al art.4 de la Ley de Competencia Desleal]**

Ninguna referencia a la actividad de mera intermediación financiera del anunciante: “El tenor de las expresiones y referencias utilizadas en el anuncio, sin ninguna referencia a la actividad de mera intermediación financiera del anunciante, induce a pensar que la entidad demandada es una entidad bancaria que presta directamente los productos y servicios ofertados; todo ello en un contexto de clara facilidad y automatismo: «sin avales», «sin estar fijo», «rápidos» y «casi sin papeleo». En esta línea, además, el mensaje publicitario omite cualquier información o precisión mínima tanto sobre las condiciones económicas y jurídicas de los productos y servicios ofertados, como de los correspondientes gastos que puedan comportar dichos productos y servicios. Y cuando lo hace, con referencia al ahorro mensual en la reunificación de deudas, «hasta 50% de ahorro mensual», lo realiza sin precisión alguna acerca del aumento del período de amortización del crédito. Por último, toda esa ambigüedad calculada para despertar el inmediato interés de los destinatarios tiene la finalidad de conducirles a entrar en contacto directo con la entidad anunciante a través de una práctica especialmente idónea para una contratación rápida, de ahí el resalte con el que se anuncia el teléfono de la entidad.”

Exigencias de información sobre la tasa anual equivalente (TAE): “En el motivo segundo, la recurrente denuncia la infracción del art. 13, apartado segundo, de la Orden de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés, comisiones, normas de actuación e información a clientes y publicidad de las entidades de crédito en la redacción vigente al tiempo de la emisión de la publicidad. 4.- El motivo debe ser estimado. Conforme a lo expuesto, el anuncio infringe las exigencias de información acerca de mencionar la tasa anual equivalente (TAE) en

las ofertas de préstamo hipotecario, así como de los gastos relacionados con la agrupación de distintos créditos en uno solo.”

[Texto completo de la sentencia](#)
