

PUBLICIDAD Y COMPETENCIA DESLEAL

Informe redactado por el Gabinete Jurídico del Colegio Oficial de Podólogos de Cataluña.

Se entiende por publicidad médica toda forma de comunicación dirigida a los posibles usuarios de los servicios sanitarios realizados por personas físicas o jurídicas en el ejercicio de sus funciones.

La publicidad tiene que ser un medio honesto, y su función debe contribuir a satisfacer las necesidades de salud de los ciudadanos mediante la información de las características del servicio.

Actualmente existe una normativa liberalizadora en la publicidad de servicios profesionales sometida tradicionalmente a una regulación muy estricta, sin embargo, esto no significa que se pueda publicitar todo, ya que de acuerdo con el artículo **6.2 del Real Decreto 1277/2003, de 18 de noviembre**, que establece las bases de autorización de centros, servicios y establecimientos sanitarios, determina que únicamente podrán hacer publicidad en centros autorizados y solo de las actividades previamente autorizadas. Por Internet podemos comprobar frecuentemente que hay mensajes donde sí puede traslucir una presión falta de honestidad, con afirmaciones parciales o conceptos engañosos (medias verdades), que desorientan y hacen tomar decisiones equivocadas a personas con problemas, por influencia de la publicidad, esperamos, por ejemplo, una información de las características del servicio.

También el precio puede ser una especie de reclamo, **la Ley 3/1991 de 10 de enero, de Competencia desleal, modificada por la Ley 29/2009 de 30 de diciembre**, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad, para mejorar la protección de consumidores y usuarios, en su artículo 17 se refiere a la venta perdida, si bien tiene que entenderse:

"1.- (...)la fijación de precios es libre.

2.- No obstante, la venta realizada a bajo costo o a bajo precio de adquisición, se reputará desleal en los siguientes casos:

a) Cuando sea susceptible de inducir a error a los consumidores, en relación el nivel de precio de otros productos o servicios de los mismos establecimientos.

b) Cuando tenga por finalidad desacreditar la imagen de un producto o establecimiento ajeno.

c) Cuando forme parte de una estrategia encaminada a eliminar a un competidor o grupo de competidores del mercado. "

Se entenderá desleal en los supuestos enumerados en el artículo, el de la letra a) se refiere, a cuando la promoción puede inducir a error y, la letra b) cuando se trata de desprestigiar al competidor. La letra c) cuando forma parte de una estrategia dirigida a eliminar la competencia.

Tal como señala la citada ley, la fijación de precios es libre, también **la ley 2/1074 de 13 de febrero, de colegios profesionales, modificada por la ley 25/2009 de 30 de diciembre**, de libre prestación de servicios, prohíbe que los colegios elaboren lista de honorarios profesionales mínimos y de horarios orientativos, por ello, es el mercado, que funciona

con la libertad de precios, quien señala el precio de acuerdo con la ley de la oferta y la demanda de los productos y servicios.

Los honorarios profesionales devengados por un estudio biomecánico, (al que se refiere la citada publicidad), podríamos considerarlos un servicio de "venta deficitaria" teniendo en cuenta los tiempos necesarios para realizar esta prueba diagnóstica y evaluarla, considerando el elevado precio de los sistemas informáticos de estudio que se utilizan, podría ser considerada como una conducta que, incidiría en el punto 2 de la norma, que califica de competencia desleal las conductas que pueden inducir a error a los consumidores sobre el nivel de precios de otros servicios y desacredita la imagen de otros profesionales que tienen honorarios de mercado.

Otro conducto que se considera competencia desleal (artículo 23 de la ley, cuando la publicidad señala que el servicio a este coste será únicamente por un tiempo determinado, ya que el consumidor puede no disponer del "... tiempo suficiente para elegir con el debido conocimiento de causa ").

Dada la situación creada, esperamos de los colegiados una conducta respetuosa hacia sus compañeros, con competencia y precios libres, pero sin distorsionar el mercado con una competencia desleal.

Departamento Jurídico
Enero 2014.