



Resolución de 27 de septiembre de 2017 de la Sección Cuarta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Viva Aqua Services Spain S.A., declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 14 (Principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs. Viva Aqua Services Spain S.A.**  
**“Tres meses de agua gratis. Internet”**

Resolución de 27 de septiembre de 2017 de la Sección Cuarta del Jurado por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Viva Aqua Services Spain S.A.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida, entre otros medios, en la página web de la reclamada, en la que se promocionaba un servicio de agua. En ella, se afirmaba literalmente “3 meses gratis”.

El Jurado estimó la reclamación declarando que la publicidad reclamada resultaba engañosa en la medida en que, a través de sus mensajes escritos y visuales, se transmitía el mensaje de que el servicio de agua promocionado tenía un periodo de gratuidad de tres meses con independencia de la tarifa contratada, cuando la propia reclamada reconoció que la oferta promocional sólo se aplicaba sobre la tarifa estándar, sin que tal circunstancia se advirtiera en la propia publicidad. Por ello, el Jurado consideró que la publicidad infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Viva Aqua Services Spain S.A.**  
**“Tres meses de agua gratis. Internet”**

En Madrid, a 27 de septiembre de 2017, reunida la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Viva Aqua Services Spain S.A. emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 13 de septiembre de 2017, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Viva Aqua Services Spain S.A.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida, entre otros medios, por Internet y, en particular, en la web de la empresa Viva Aqua Services Spain S.A., en la que se promueve un servicio de agua. En ella, se afirma literalmente lo siguiente “*3 meses gratis*”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “Publicidad Reclamada”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa pues, según sostiene, indica que la reclamada ofrece durante tres meses el servicio de agua promovido de forma gratuita cuando ello no se corresponde con la realidad.

Por todo ello, el particular solicita al Jurado que ordene la modificación de la Publicidad Reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Viva Aqua Services Spain S.A., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo en el que defiende que la Publicidad Reclamada no es engañosa. En particular, la reclamada aduce que la promoción “3 meses gratis” se aplica sobre la tarifa estándar (15 euros en concepto de cuota de servicio) de modo que el cliente que se acoja a ella se beneficia de la suspensión total de esa cuota durante tres meses, por lo que sólo paga las botellas que consume a un coste medio de 7,5 euros por unidad de producto. Alternativamente, el cliente puede contratar la tarifa denominada “Plan Ahorro”, que lleva implícito un descuento permanente de la cuota mensual que es, precisamente, la que el particular reclamante contrató.

Por todo ello, Viva Aqua Services Spain S.A. solicita del Jurado la desestimación de la reclamación.



## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la Publicidad Reclamada a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”), según el cual:

*“1. La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio; 2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico”.*

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante parece considerar engañosa la publicidad al entender que ésta puede inducir a error sobre el precio del servicio ofertado en la Publicidad Reclamada y, en concreto, sobre el hecho de que al contratar la tarifa, el cliente, se beneficia de tres meses de gratuidad del servicio promocionado (agua).

3.- Pues bien, esta Sección debe hacer constar que la publicidad objeto de este procedimiento transmite, a través de sus mensajes escritos y visuales, un mensaje claramente objetivo según el cual el servicio de agua en ella promovido tiene un periodo de gratuidad de tres meses.

Este mensaje, además, se transmite con alcance general, de suerte que el público destinatario de la publicidad concluirá que la oferta promocional se aplica con independencia de la tarifa contratada. En efecto, la Publicidad Reclamada simplemente hace referencia al hecho de que el servicio promocionado (agua) goza de tres meses de gratuidad, sin ninguna condición o límite que se restrinja su aplicabilidad a concretas tarifas.

Sin embargo, la propia reclamada ha reconocido que la oferta promocional consistente en tres meses gratuitos sólo se aplica sobre la tarifa estándar, circunstancia ésta de la que en modo alguno se advierte en la propia publicidad.

4.- A juicio de esta Sección, esta específica configuración de la publicidad resulta incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol. En efecto, como ya se ha dicho, ningún elemento de la publicidad que ha sido objeto de reclamación podría llevar al consumidor a pensar que la gratuidad promocionada se aplica sólo a determinadas tarifas. Y en ausencia de cualquier aclaración al respecto, la publicidad suscita en sus destinatarios la expectativa legítima de que podrán beneficiarse de los tres meses gratis con independencia de cuál sea la tarifa contratada.



En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de Autocontrol

#### **ACUERDA**

**1.-** Estimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Viva Aqua Services Spain S.A.

**2º.-** Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

**3º.-** Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada.