



Resolución de 24 de mayo de 2018, de la Sección Primera del Jurado, por la que se resolvió el procedimiento iniciado de oficio, a instancias del Instituto Vasco de Consumo, en aplicación del Convenio de Colaboración suscrito entre esta entidad y AUTOCONTROL, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vacaciones Edreams, S.L. La Sección declaró que la publicidad infringe la norma 14 (Principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Vacaciones Edreams, S.L. interpuso recurso de alzada frente a dicha resolución, que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 14 de junio de 2018.

Resumen de la Resolución:
Autocontrol (Oficio Instituto Vasco de Consumo) vs. Vacaciones Edreams, S.L.
“Precio Vuelos. Internet”

Resolución de 24 de mayo de 2018, de la Sección Primera del Jurado, por la que se resolvió el procedimiento iniciado de oficio a instancias del Instituto Vasco de Consumo, en aplicación del Convenio de Colaboración suscrito entre esta entidad y AUTOCONTROL, frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vacaciones Edreams, S.L.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en la página web de la reclamada, en la que se promovían, entre otras cosas, billetes de avión. En ella, tras seleccionar un determinado vuelo, aparecía una página con una lista de resultados que asignaba a éste diferentes precios, cada uno de los cuales se acompañaba con un asterisco que reenviaba al usuario a una alegación situada en la parte inferior y escrita en caracteres poco destacados que afirmaba: *“El precio incluye gastos de gestión con Viabuy MasterCard Prepago (limitado a 1 compra cada 3 meses, por comprador, pasajero o número de tarjeta (ver desglose de precio). Consulta la sección “Métodos de pago” en esta página para ver precios con otros métodos de pago”*. Esta misma alegación aparecía también en la ventana a la que reenviaba el vínculo identificado con la palabra “Desglose” que se insertaba al lado de cada uno de los precios que aparecían en la página de resultados de la búsqueda.

El Instituto Vasco de Consumo solicitó conocer el criterio del Jurado sobre si la publicidad podía considerarse engañosa, apuntando que en la misma se ofrecían billetes de avión a un precio que solo se mantenía inalterado en caso de que el usuario seleccionase un determinado método de pago; viéndose dicho precio incrementado en caso contrario.

El Jurado entendió que la publicidad reclamada resultaría engañosa. En particular, señaló que el asignar de manera destacada un precio a un determinado billete de avión genera de manera clara en un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz la expectativa de que el precio señalado es el precio final, sin que el consumidor advierta o pueda advertir que dicho precio puede verse incrementado al seleccionar otro método de pago por la adición de ciertos gastos de gestión que no han sido incluidos.



Asimismo afirmó que esta conclusión no se vería alterada por la inserción en la publicidad reclamada de un mensaje advirtiéndolo de que el precio destacado incluye un descuento por la modalidad de pago preseleccionada, pues se incluía de manera poco destacada y su redacción era poco clara, por lo que no permitía al consumidor entender que el precio destacado incluía un descuento sobre los gastos de gestión que desaparecería al seleccionar otro método de pago. Por todo lo anterior, el Jurado consideró que la publicidad reclamada infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución Vacaciones Edreams, S.L., interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 14 de junio de 2018.

Texto completo de la Resolución del Jurado:
Vacaciones Edreams, S.L. vs. Resolución Sección Primera de 24 de mayo de 2018.
Asunto: “Precio Vuelos. Internet”

En Madrid, a 14 de junio de 2018, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Julio Costas para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Primera del Jurado 24 de mayo de 2018, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 9 de mayo de 2018, Kontsumobide (Instituto Vasco de Consumo) instó la actuación de este Jurado en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Vacaciones Edreams, S.L. En cumplimiento de lo dispuesto en el Convenio de Colaboración suscrito entre la citada entidad y Autocontrol, se inició de oficio el presente procedimiento.

2.- Se da por reproducida la publicidad objeto del procedimiento, así como las alegaciones realizadas por el anunciante, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Primera del Jurado de 24 de mayo de 2018 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Primera del Jurado acordó declarar que la publicidad objeto del procedimiento era incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”), e instó al anunciante su rectificación.



4.- El 7 de junio de 2018, la empresa Vacaciones Edreams, S.L. interpuso recurso de alzada contra la Resolución arguyendo los dos siguientes motivos de impugnación: i) errónea concepción del entendimiento que el consumidor medio tiene de la publicidad reclamada, pues, a su juicio, no se ha tomado en consideración el hecho de que el consumidor medio usuario de internet, que es el círculo de destinatarios de la publicidad en este caso, es un usuario más formado en tecnología y habituado a buscar y cotejar las condiciones del producto o servicios que desea adquirir o contratar, y; ii) evaluación incompleta de la información incluida en la página web de la empresa, pues, de su completo examen se sigue, según la reclamada, que la publicidad incluye toda la información necesaria para la comprensión de la oferta, que advierte en particular que el precio indicado es un precio promocional, y que -a diferencia de otros soportes- el usuario de Internet tiene un tiempo ilimitado para la consulta de toda la información que se le proporciona.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en un escrito en el que se solicitaba conocer el criterio de este Jurado sobre si la Publicidad reclamada podía considerarse engañosa en la medida en que en ella se promueven billetes de avión a un precio que sólo se mantiene inalterado en caso de que el usuario seleccione un determinado método de pago. En caso contrario, ese precio inicialmente fijado y ofertado se incrementa.

2.- En la resolución de instancia frente a la que se dirige el recurso de alzada, la Sección consideró que la publicidad objeto del presente procedimiento era incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol, toda vez que era apta para trasladar al consumidor un precio sobre un determinado vuelo cuando este precio incluía un descuento sobre los gastos de gestión condicionado a la utilización de un determinado medio de pago.

En opinión de la Sección, esta conclusión no se veía alterada por la inclusión en la publicidad de la siguiente advertencia: *“El precio incluye gastos de gestión con Viabuy MasterCard Prepago (limitado a 1 compra cada 3 meses, por comprador, pasajero o número de tarjeta (ver desglose de precio). Consulta la sección “Métodos de pago” en esta página para ver precios con otros métodos de pago”*.

En efecto, entendió la Sección que esta expresión, “por su propia redacción y tenor literal es inapta o inhábil para trasladar al consumidor el mensaje de que el precio promocionado incluye un descuento sobre los gastos de gestión que desaparecerá si se selecciona otro método de pago. De hecho, no dice que el precio promocionado incluya un descuento (sobre los gastos de gestión) por pagar con un determinado medio de pago. Dice justo lo contrario: que los gastos de gestión están incluidos. Por consiguiente, difícilmente podrá un consumidor medio normalmente informado y



razonablemente atento y perspicaz deducir de aquel mensaje que en el precio promocionado se ha incluido un descuento sobre los gastos de gestión, y que este descuento desaparecerá (con el consiguiente incremento del precio) si se selecciona otro método de pago”.

Por consiguiente -concluyó la Sección- “si se pretendía trasladar al consumidor el mensaje según el cual el precio promocionado incluye un descuento (sobre los gastos de gestión) vinculado al uso de un determinado método de pago, debería haberse optado por un mensaje mucho más claro e inequívoco en su tenor literal y en su significado”.

3.- Frente a dichos razonamientos se alza la recurrente alegando que la publicidad incluye toda la información necesaria para la comprensión de la oferta, que advierte en particular que el precio indicado es un precio promocional, y que -a diferencia de otros soportes- el usuario de Internet tiene un tiempo ilimitado para la consulta de toda la información que se le proporciona.

4.- En relación con dichos argumentos, este Pleno debe advertir ante todo que el Jurado -como se desprende de los fundamentos de la resolución de instancia que antes reproducíamos- en ningún momento puso en duda que en la página web objeto de reclamación figurase una información suficiente. En particular, tampoco negó ni rechazó que en dicha página web se advirtiese sobre las características del precio promocionado.

Como se deduce de los fundamentos deontológicos de la resolución de instancia que antes reproducíamos, la Sección -con razonamientos que el Pleno comparte- simplemente rechazó que la advertencia que a este respecto incluye la publicidad -por su redacción y tenor literal- fuese adecuada y suficiente para advertir al consumidor final que el precio promocionado incluía un descuento por el uso de un determinado medio de pago, y que dicho descuento desaparecería en caso de utilizar un medio de pago distinto.

En efecto, la advertencia que incluye la publicidad informa de que *“el precio incluye gastos de gestión con Viabuy MasterCard Prepago (limitado a 1 compra cada 3 meses, por comprador, pasajero o número de tarjeta (ver desglose de precio). Consulta la sección “Métodos de pago” en esta página para ver precios con otros métodos de pago”*. La literalidad de esta advertencia llevará a un consumidor medio a concluir que el precio incluye los gastos de gestión. Por tanto, dado su tenor literal, difícilmente podrá un consumidor concluir a la luz de aquella advertencia que el precio se ha calculado aplicando un descuento sobre los gastos de gestión vinculado a la utilización de un determinado medio de pago, descuento que no se aplicará si se utiliza un medio de pago diferente.

5.- Por consiguiente, insistimos una vez más, no se objeta la ausencia de ninguna advertencia o información específica en la publicidad. Se objeta la forma en que dicha información es proporcionada, y que puede dificultar que un consumidor medio advierta con precisión las características y el alcance del precio que se le está



proporcionando. Por esta razón, y como con razón decía la Sección, “si se pretendía trasladar al consumidor el mensaje según el cual el precio promocionado incluye un descuento (sobre los gastos de gestión) vinculado al uso de un determinado método de pago, debería haberse optado por un mensaje mucho más claro e inequívoco en su tenor literal y en su significado”.

6.- Dicho esto, debe advertirse que la recurrente, en una muestra de buena fe, ha mostrado en su recurso precisamente su disponibilidad para la modificación o rectificación del tenor literal de dicha advertencia o mensaje. El Pleno, por su parte, debe reconocer expresamente esta disponibilidad, pues resulta evidente que con esa modificación, y una vez se incluya dicho mensaje de manera más destacada, se solventará cualquier eventual colisión con la norma 14 del Código de Autocontrol.

En atención a lo expuesto, el Pleno del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada presentado por la mercantil Vacaciones E-dreams, SL frente a la resolución de la Sección Primera del Jurado de 24 de mayo de 2018.