



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

En Madrid, a 24 de mayo de 2018, reunida la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup>. Teresa De Gispert Pastor, para el estudio y resolución del 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., 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.-** La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet y, en particular, en la web de la empresa Vacaciones Edreams, S.L., en la que se promueven, entre otras cosas, billetes de avión. En ella, tras seleccionar un determinado vuelo, aparece una página con una lista de resultados que asigna a éste determinados precios, cada uno de los cuales se acompaña con un asterisco que reenvía al usuario a una alegación situada en la parte inferior y escrito en caracteres poco destacados que afirma lo siguiente: *“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”*. Esa misma alegación aparece también en la ventana a la que reenvía el vínculo identificado con la



palabra “Desglose” que se inserta también al lado de cada uno de los precios que aparecen en la página de resultados de la búsqueda.

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

3.- En su escrito, el Instituto Vasco de Consumo solicita conocer el criterio de este Jurado sobre si la publicidad reclamada puede 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.

4.- Comunicada la iniciación del procedimiento a la empresa Vacaciones Edreams, S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo en el que defiende que la publicidad no es engañosa, puesto que, según argumenta, en todo el proceso de contratación se ofrece información clara y precisa sobre el precio de los vuelos y los eventuales descuentos aplicables, por razón del método de pago escogido por el usuario, y que se corresponden con una cuantía equivalente a los gastos de gestión. Así lo demuestran, siempre al entender de la reclamada, los siguientes hechos:

En primer término, en la página de resultados se muestra de forma permanente a pie de página la información según la cual *“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”*. Además, los precios que aparecen en la página de resultados van acompañados de un vínculo identificado con la palabra “Desglose” que informa de las partidas que lo integran (precio del billete, gastos de gestión y descuento aplicable) así como las condiciones que han de satisfacerse para beneficiarse de ese descuento.

En segundo término, en esa misma página de resultados se encuentra una sección denominada “Métodos de pago” que permite al usuario comprobar cuál sería el precio del billete en caso de seleccionar un método de pago distinto del que se beneficia de un descuento.

Finalmente, en la última página del proceso de contratación aparece un listado que contiene los métodos de pago aceptados y los posibles descuentos aplicables.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho hasta aquí descritos, parece evidente que la controversia que nos ocupa ha de ser resuelta a través de la aplicación de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, el **“Código de Autocontrol”**), que dispone lo siguiente: *“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”*.



Nos encontramos, en todo caso, ante una norma cuyo contenido es prácticamente idéntico al del artículo 5 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, que tipifica como desleales los actos de engaño en los siguientes términos: *“Se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los 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.- Pues bien, en el escrito que ha dado origen al inicio del presente procedimiento de oficio se hace constar que, al seleccionar un determinado vuelo, se asigna a éste un precio que se mantiene inalterado durante el resto del proceso de contratación, hasta el momento en el que el usuario selecciona un método de pago, en el que el precio inicialmente fijado se incrementa.

En su escrito de contestación, la empresa reclamada no niega esta circunstancia, pero la explica alegando que el precio que se señala implica el uso por defecto de un determinado método de pago (Viabuy Mastercard Prepago), método de pago que además lleva asociado un descuento sobre los gastos de gestión, circunstancia ésta que se advierte en la publicidad a través de la alegación *“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”.*

Por consiguiente, cuando se selecciona un método de pago distinto, el precio inicialmente indicado se ve incrementado al no aplicarse el correspondiente descuento sobre los gastos de gestión.

3.- Al precisar el alcance de la norma 14 del Código de Autocontrol, este Jurado ya ha manifestado en múltiples ocasiones que para calificar un anuncio publicitario como engañoso éste debe ser apto para inducir a error. Dicho con otros términos, la aptitud o susceptibilidad de un mensaje publicitario para inducir a error o para generar una falsa expectativa entre el público de los consumidores es suficiente para calificar aquel anuncio como engañoso.

4.- Bajo esta perspectiva, el Jurado entiende que la publicidad objeto del presente procedimiento debe ser considerada engañosa. En efecto, aquella publicidad, al asignar un precio a un determinado billete de avión, genera de manera clara en un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz (parámetro éste que es el establecido por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea) la expectativa clara de que el señalado es el precio final del billete promocionado, sin que el consumidor advierta o pueda advertir que dicho precio puede verse incrementado por la adición de ciertos gastos de gestión que no han sido incluidos. Sin embargo, la expectativa clara que a este respecto genera la publicidad en un consumidor medio no se corresponde con la realidad, ya que el precio que se destaca en la publicidad incorpora un descuento por utilizar un determinado método de pago (el que aparece seleccionado por defecto), y por ello se verá incrementado con gastos de gestión si se selecciona un método de pago diferente.



5.- Por tanto, la publicidad, en su configuración actual, es apta para generar o desencadenar un riesgo de engaño en un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, circunstancia ésta que es suficiente para su calificación como engañosa.

Esta conclusión, por otra parte, no se ve en absoluto alterada por la inserción en la publicidad -en caracteres poco destacados- del mensaje *“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, prescindiendo ya del hecho de que dicho mensaje figura -como decíamos- en una parte menos destacada de la publicidad, lo cierto es que por su propia redacción y tenor literal es inapto 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.

6.- En definitiva, 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. Al no haberlo hecho, la publicidad -a juicio de este Jurado- es apta para desencadenar en los consumidores una falsa impresión, e infringe por ello la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

## **ACUERDA**

1.- Declarar que la publicidad objeto del presente procedimiento infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

2.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad objeto del procedimiento.