



Resolución de 19 de septiembre de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un Particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Xoquins declarando que existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (publicidad engañosa).

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs. Xoquins**  
**“Letztes Jahr In Paguera. Schlussausverkauf. Alles -50%. Exterior”**

Resolución de 19 de septiembre de 2018, de la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un Particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Xoquins declarando que existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

La reclamación se dirige contra una publicidad estática difundida en el exterior de un establecimiento de venta al por menor de artículos de marroquinería de la reclamada.

El particular en su escrito considera que la publicidad estática es engañosa porque, según argumenta, hace ya más de 6 años que la reclamada tiene esa publicidad en el exterior de su establecimiento y cada fin de semana cambia la fecha del supuesto cierre por mudanza (que, según se informa, es consecuencia de la liquidación y de los descuentos promocionados).

El Jurado afirmó que, en el caso que nos ocupa, la publicidad reclamada es incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ya que incluye una información que es objetivamente falsa. En concreto, traslada un mensaje engañoso según el cual, debido a la liquidación del establecimiento por cierre, se van a ofrecer los productos con descuentos del 50 % únicamente durante este año, lo que afectará al comportamiento económico del consumidor medio, que entenderá que los descuentos no estarán disponibles los años posteriores.



Texto Completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Xoquins**  
**“Letztes Jahr In Paguera. Schlussausverkauf. Alles -50%. Exterior”**

En Madrid, a 19 de septiembre de 2018, 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 Xoquins, emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 7 de septiembre de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Xoquins.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad estática difundida en el exterior del establecimiento de venta al por menor de artículos de marroquinería de la reclamada donde puede leerse la siguiente afirmación: “*Letztes Jahr In Paguera. Schlussausverkauf. Alles -50%*” (último año en Paguera. Liquidación por cierre. Todo -50%). Y en otro rótulo cercano a la misma la alegación: Wir schlieben 10.07.2018 (Cerramos el 10.07.2018 debido a una mudanza).

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 porque, según argumenta, hace ya más de 6 años que la reclamada tiene esa publicidad en el exterior de su establecimiento y cada fin de semana cambia la fecha del supuesto cierre por mudanza que es consecuencia de la liquidación.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Xoquins, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, manifiesta que la publicidad controvertida no es engañosa, puesto que la fecha de cierre del establecimiento no cambia cada fin de semana, como sostiene el reclamante, y que del cotejo de la fotografía que ésta aporta con la que cita de Google Street View no prueba lo contrario.



## 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 (publicidad engañosa), (en lo sucesivo, el “**Código de AUTOCONTROL**”), a tenor del cual:

*“1. La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquélla 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.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la Publicidad Reclamada es engañosa por razón de que hace más de 6 años que contiene la expresión “*último año en Paguera. Liquidación por cierre. Todo -50%*” y, además, la fecha del cierre por mudanza cambia cada fin de semana.

3.- Pues, bien, en el caso que ahora nos ocupa, la Publicidad Reclamada incluye una mención clara e inequívoca según la cual “*Letztes Jahr In Paguera. Schlussausverkauf. Alles -50%*” (último año en Paguera. Liquidación por cierre. Todo -50%). Y en otro rótulo cercano a la misma, la alegación: Wir schlieben 10.07.2018 (Cerramos en 10.07.2018 debido a una mudanza).

Sin embargo, el particular que ha instado este procedimiento afirma que hace más de seis años que puede verse la alegación controvertida en el establecimiento de la reclamada. Y la propia reclamada reconoce que ha venido haciendo esa publicidad desde el año 2014, como consecuencia de su fracaso ante los reiterados intentos del titular del negocio por traspasar el local antes del fin de temporada.

4.- En estas circunstancias, debe concluirse que la Publicidad Reclamada es incompatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL. Pues, en efecto, incluye una información que es objetivamente falsa, en la medida en que en ella se afirma que es “*el último año*” que se ofrecen los productos comercializados por la reclamada en su establecimiento con un 50% de descuento, debido a la liquidación del mismo por cierre, cuando ello no se corresponde con la realidad. Y esta información inveraz es susceptible de inducir al consumidor medio a creer (erróneamente) que el descuento del 50% de los productos promovidos sólo estará disponible ese año (y no en los posteriores), por lo que pueda afectar a su comportamiento económico.

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 Xoquins

**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.