



Dictamen de 18 de julio de 2019 de la Sección Quinta del Jurado por el que expresa su parecer sobre una publicidad de la que es responsable la empresa GLOVOAPP23, S.L. La Sección concluyó que la publicidad resultaría incompatible a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

GLOVOAPP23, S.L. solicitó la revisión de dicho Dictamen que fue desestimado por el Pleno.

#### Resumen del Dictamen:

### **Asociación Autónoma de Riders vs. Glovoapp23, S.L., “Gana lo que quieras. TV e Internet”**

Dictamen de 18 de julio de 2019, de la Sección Quinta del Jurado por el que expresa su parecer sobre una publicidad de la que es responsable la empresa GLOVOAPP23, S.L.

La publicidad objeto de análisis consistía en una publicidad difundida en televisión y a través de la red social Facebook, en la que se promocionaba la aplicación móvil “Glovo”. En ella se mostraban varios repartidores de Glovo realizando distintos pedidos seguidos de una imagen de la aplicación “Glovo” en la pantalla de un teléfono móvil, en la que se aprecia la mención “1.5 km” junto a un contador en euros que asciende rápidamente hasta sobrepasar la cifra de 5 euros. Durante las imágenes podían leerse las siguientes sobreimpresiones en pantalla: “María gana 1100€”, “Juan gana 760€”, “Carlos gana 2500€”, “Número aproximado sujeto a la cantidad de pedidos realizados por el repartidor” y “Gana lo que quieras”.

La Sección entró a valorar las dos cuestiones reclamadas: por un lado si la publicidad objeto del presente Dictamen era apta para generar la expectativa de que los ingresos mostrados son ganancias netas, y por otro lado, si la misma resultaba susceptible de dar a entender que por un recorrido de 1,5 km era posible ganar más de cinco euros.

Respecto la primera cuestión consideró que la publicidad analizada no era susceptible de inducir a error al público de los consumidores en la medida en que no existía en la publicidad ningún elemento que pudiera inducir a pensar que las cantidades visualizadas eran ingresos netos ni que se pudiera optar al puesto de trabajo ofertado sin cumplir ninguna otra condición.

Por el contrario, respecto la segunda cuestión, la Sección entendió que la publicidad trasladaba un mensaje objetivo sobre la posibilidad de ganar cinco euros para una distancia de 1,5 km. La parte que instó el presente procedimiento aportó un principio de prueba (capturas de pantalla de varios recorridos con distintas distancias y el resultando de las ganancias) que parecería indicar que recorriendo 1,5 km no es



posible alcanzar una ganancia de más de cinco euros. La Sección concluyó que la publicidad no resultaría contraria a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL si el anunciante aportase pruebas que privasen de valor a las aportadas a este expediente por la reclamante y, además, acreditasen la veracidad y exactitud del mensaje transmitido en la publicidad. Por el contrario, si dicha prueba no fuese aportada o resultase insuficiente la publicidad resultaría engañosa y, por tanto, incompatible con la citada norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

## **II. Revisión del Dictamen**

GLOVOAPP23, S.L. solicitó la revisión de dicho Dictamen que fue desestimado por el Pleno.



Texto completo del Dictamen del Jurado:  
**Solicitud de Glovoapp23, S.L.,**  
**de revisión de Dictamen de la Sección Quinta de 18 de julio de 2019**  
**(Asunto: “Gana lo que quieras. TV e Internet”)**

En Madrid, a 12 de septiembre de 2019, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio de la solicitud de Glovoapp23 S.L., de revisión del Dictamen de la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol de 18 de julio de 2019, emite el siguiente

## **DICTAMEN**

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

1.- El pasado 8 de julio de 2019, la Asociación Autónoma de Riders (en adelante, “AAR”) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Glovoapp23 S.L., (en lo sucesivo, “**Glovo**”).

2.- Tras dar traslado de dicha reclamación a Glovo, dicha compañía no presentó escrito de contestación, por lo que, el 18 de julio de 2019, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, de conformidad con lo establecido en los artículos 4.c), 11.c) y 18.2 del Reglamento del Jurado, procedió a la emisión de Dictamen (en lo que sigue, el “**Dictamen**”).

3.- Mediante el citado Dictamen, la Sección Quinta del Jurado consideró que la publicidad examinada sólo sería compatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, el “**Código de Autocontrol**”) si el anunciante aportase pruebas que privasen de valor a las aportadas por quienes han instado el presente procedimiento y además acreditasen, más allá de toda duda, la veracidad y exactitud del mensaje transmitido por la publicidad relativo a la posibilidad de obtener ganancias superiores a 5 euros por un recorrido de 1,5 km.

4.- El pasado 5 de agosto de 2019, Glovo solicitó la revisión del Dictamen, al estar disconforme con su contenido.

En particular, Glovo defiende la veracidad del mensaje según el cual es posible obtener una ganancia de 5€ recorriendo 1,5 km porque el anuncio no pretende mostrar un exhaustivo detalle de la ganancia, dado que ésta puede tener infinitos resultados en función de las variables que intervienen en la misma, sino mostrar simplemente un ejemplo de las posibles ganancias a obtener.



Glovo alega así que la ganancia obtenida por el repartidor se determina a partir de tres variables distintas: el importe de la tarifa base -cuyo importe dependerá de la ciudad en la que opere Glovo -, los kilómetros recorridos y el tiempo de espera y aporta al expediente dos ejemplos de ganancias superiores a 5€ en distancias de 1,5 km. En el primer ejemplo se aprecia para una distancia de 1,5 km, una tarifa base de 3,00 €, un tiempo extra de espera de 32,8 minutos y un bonus de 1 €. En el segundo ejemplo se muestra de nuevo una tarifa base de 3,00 € y un bonus de 1,5 euros. Glovo explica que el importe de los bonus varía porque se obtiene en circunstancias determinadas (como condiciones meteorológicas adversas o situaciones con más de un punto de recogida).

Por todo lo anterior, Glovo entiende que no contraviene ninguna norma y solicita la revisión del Dictamen emitido.

5.- Trasladado el escrito de revisión presentado por Glovo a AAR, ésta no ha presentado escrito de contestación en plazo.

## **II.- Fundamentos deontológicos.**

1.- En atención a los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos, debe procederse a analizar si a la vista de la información aportada por la empresa anunciante en su escrito de solicitud de revisión del dictamen emitido en la instancia - y, por tanto, con posterioridad a la emisión del mismo- conviene revisar dicho Dictamen.

A estos efectos, procede comenzar recordando que, en el dictamen de instancia, la Sección Quinta constató que la publicidad transmite un mensaje claro e inequívoco en virtud del cual en Glovo los repartidores o riders pueden obtener ganancias superiores a 5 euros por un recorrido de un kilómetro y medio.

Asimismo, y en la medida en que la parte que había iniciado el procedimiento había aportado al mismo ciertos elementos probatorios que ponían en duda la veracidad de este mensaje, la Sección recordó que rige en este ámbito una regla de inversión de la carga de la prueba, que obliga al anunciante a acreditar la veracidad y exactitud de todas sus afirmaciones publicitarias. Por consiguiente, indicó que en el caso de que el anunciante no pudiese desvirtuar las pruebas aportadas por AAR ni acreditar la veracidad y exactitud de los mensajes transmitidos en su publicidad, la publicidad resultaría contraria al principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Autocontrol.

2.- Pues bien, en respuesta a este Dictamen, que este Pleno comparte íntegramente, Glovo ha presentado una solicitud de revisión en la que aporta documentos con el fin de acreditar la veracidad del mensaje que traslada su publicidad.



Así las cosas, y conforme a lo establecido en el dictamen de instancia cuya revisión se solicita, corresponde a este Pleno revisar y valorar si la prueba aportada por Glovo es válida para privar de valor a las aportadas por quienes instaron el Dictamen, y acreditar más allá de toda duda la veracidad y exactitud del mensaje que de forma clara e inequívoca transmite la publicidad: la posibilidad de obtener ganancias superiores a 5 euros por un recorrido de 1,5 km.

**3.-** Pues bien, en el caso que nos ocupa este Pleno debe constatar que en los documentos aportados por Glovo se aprecian dos ejemplos con un recorrido de 1,5 km y una ganancia total de 5 euros.

Sin embargo, tal y como manifiesta la propia Glovo en su escrito de solicitud de revisión, ninguno de esos ejemplos refleja una situación normal de reparto o un pedido ordinario, sino que presentan situaciones y circunstancias excepcionales que permiten que la ganancia por recorrer 1,5 km llegue a 5 euros. Así, ambos ejemplos radican en ciudades en las que el importe base es superior a 1,93 €; a esta ya de por sí especial característica hay que añadirle otras igualmente excepcionales: tiempos de espera elevados o condiciones meteorológicas adversas, que permiten sumar una cantidad extra o bonus a la tarifa ordinaria.

Sin embargo, en el anuncio objeto de dictamen no hay elemento alguno que matice el mensaje según el cual se pueden obtener ganancias superiores a 5 euros por un kilómetro y medio de recorrido, sugiriendo que dichos beneficios se obtienen sólo concurriendo circunstancias excepcionales que supongan la asignación de un bonus. Antes bien, la ausencia de cualquier información al respecto en el anuncio provoca que éste transmita un mensaje en virtud del cual los cinco euros pueden ser la ganancia ordinaria por un recorrido de un kilómetro y medio.

**4.-** A la vista de lo anterior, a juicio de este Jurado, las pruebas aportadas por la parte recurrente no son suficientes para acreditar más allá de toda duda la veracidad del mensaje que transmite la publicidad según el cual, en circunstancias ordinarias, es posible obtener ganancias de 5 € por un recorrido de 1,5 km.

En consecuencia, procede desestimar la solicitud de revisión del dictamen de instancia planteada por Glovo.

El presente Dictamen expresa el parecer del Jurado sobre la corrección deontológica de la publicidad sometida a su análisis, careciendo de cualquier naturaleza de carácter vinculante. El presente Dictamen, como es habitual, queda sometido a cualquier otro mejor fundado.