



Resolución de 17 de octubre de 2018 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A. La Sección estimó parcialmente la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado en su Resolución de 15 de noviembre de 2018.

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs. Volkswagen Group España Distribución S.A.**  
**“Skoda Karoq 4 años de mantenimiento. Internet 2”**

Resolución de 17 de octubre de 2018 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en internet en la que se ofertaba el coche Skoda Karoq y afirmaba que las 600 primeras unidades de ese modelo que se vendan en España dispondrán de 4 años de mantenimiento gratis.

El Jurado advirtió que en la publicidad reclamada no se ofrecían 4 años de garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendieran en España ni la concesión de 3 llaves personalizadas y una de ellas metálicas, sino que sólo se ofrecían 4 años de mantenimiento gratuito. Sin embargo, concluyó que la publicidad resultaba engañosa en la medida en que no desvelaba en ningún momento que dicha oferta estaba condicionada a la previa financiación del vehículo con Volkswagen Finance. En tales circunstancias, el Jurado estimó parcialmente la reclamación considerando que existía infracción de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

### **Recurso de alzada**

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado en su Resolución de 15 de noviembre de 2018.



Texto Completo de la Resolución del Jurado:  
**Recurso de Alzada de Particular vs. Resolución Sala Segunda del Jurado  
de 17 de octubre de 2018**  
**(Asunto: “Skoda Karoq 4 años de mantenimiento. Internet 2)”**

En Madrid, a 15 de noviembre de 2018, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular, contra la resolución de la Sección Segunda del Jurado de 17 de octubre de 2018, emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

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

1.- El pasado 2 de octubre de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una conducta de la que es responsable la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A.

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Segunda del Jurado de 17 de octubre de 2018 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Segunda del Jurado acordó estimar parcialmente la reclamación presentada.

4.- El 29 de octubre de 2018, el particular interpuso recurso de alzada contra la Resolución. En él mantiene, en primer lugar, que la reclamada, contrariamente a lo que afirmó la Resolución, también ofreció en su publicidad cuatro años de garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España, y no sólo cuatro años de mantenimiento gratuito, como consideró la Resolución. En la misma línea, y en segundo lugar, el recurrente sostiene que, en contra de lo que consideró la Resolución, en la publicidad también se ofertan gratuitamente tres juegos de llaves. Finalmente, el recurrente reclama que la recurrida haga efectiva la oferta contenida en la publicidad que la Resolución ha considerado engañosa y le conceda cuatro años de mantenimiento gratuito.

5.- Trasladado el recurso de alzada a la empresa Volkswagen Group España Distribución, S.A., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene, en primer término, que las notas de prensa publicadas por entidades ajenas a la reclamada no son publicidad, por lo que quedan fuera de las competencias del Jurado. En segundo término, que la oferta de mantenimiento gratuita de cuatro años estaba condicionada a la previa financiación del vehículo con Volkswagen Finance, lo cual la recurrente no hizo, razón por la cual no le corresponden esos años de mantenimiento.



Finalmente advierte que el tercer motivo de impugnación trata una cuestión nueva cuya resolución escapa al ámbito del presente procedimiento.

Por todo ello, Volkswagen Group España, solicita al Jurado que desestime el recurso de alzada.

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

**1.-** Con carácter previo al análisis de los motivos de impugnación expuestos por la recurrente, y 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 una reclamación interpuesta por un particular frente a distintos mensajes difundidos en relación con el modelo de coche Skoda Karoq. Algunos de estos materiales eran noticias de prensa, y otro un comunicado difundido en la web de la reclamada en el que se promueve el modelo de coche Skoda Karoq. En él se indica que las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España dispondrán de cuatro años de mantenimiento gratis y faros Fullled para los modelos Ambition o el sistema VarioFlex y los asientos con acabado tela-cuero en el caso del acabado Style.

El particular consideró que la publicidad reclamada era engañosa porque ofrecía cuatro años de garantía y mantenimiento gratuitos, sin revelar que dicha oferta se condicionaba a la previa financiación del vehículo. Igualmente, consideraba engañosa la publicidad en la medida en que afirmaba que se entregaban tres llaves personalizadas y una de ellas metálica, lo que según el reclamante no era cierto.

**2.-** En su Resolución de instancia, el Jurado rechazó la reclamación en lo que afectaba a las noticias de prensa, al no ser estos mensajes publicitarios que encajasen dentro del ámbito de competencias del Jurado.

En relación con el comunicado difundido en la página web de la reclamada, que sí podía ser calificado como publicidad, el Jurado estimó parcialmente la reclamación. Así, la Sección aclaró en primer término que, en contra de lo que manifestaba el reclamante, en dicho comunicado no se ofrecían cuatro años de mantenimiento y garantía gratuitos, sino sólo cuatro años de mantenimiento gratuitos. Igualmente, el Jurado constató que en la Publicidad Reclamada y aportada por el particular al procedimiento no se hacía ninguna referencia a la entrega de tres juegos de llaves. Sin embargo, el Jurado sí consideró engañoso dicho comunicado en la medida en que era apto para transmitir a sus destinatarios el mensaje según el cual la oferta promocional difundida (cuatro años de mantenimiento gratuito) está disponible para las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España sin ninguna restricción ni condición ulterior, cuando lo cierto es que esa oferta está condicionada a la previa financiación del vehículo con Volkswagen Finance.

**3.-** Frente a estos pronunciamientos de la Sección se alza el particular reclamante esgrimiendo tres motivos de impugnación. En primer lugar, achaca a la Resolución no haber estimado que la publicidad también ofrecía cuatro años de



garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España. En segundo lugar, le achaca también no haber considerado que la publicidad ofrecía gratuitamente tres juegos de llaves. Finalmente la recurrente solicita que se le haga efectiva la oferta contenida en la publicidad reclamada (y declarada engañosa por el Jurado) y, por tanto, que la recurrida le conceda cuatro años de mantenimiento gratuito.

4.- Respecto del primer y segundo motivo de impugnación (esto es; el eventual ofrecimiento, en la publicidad, de cuatro años de garantía gratuita y tres juegos de llaves también gratuitos), el particular reclamante no niega ni contradice los pronunciamientos de la instancia según los cuales en la publicidad inicialmente reclamada y aportada por él al procedimiento (el comunicado difundido en la web de Skoda) no se hace ninguna mención a los cuatro años de garantía o a los tres juegos de llaves. En lugar de negar esto, el particular aporta ahora en esta alzada otros mensajes en los que supuestamente sí se alude a aquellos extremos.

Sin embargo, este Pleno debe advertir, en primer término, que las piezas que el recurrente aporta en esta alzada no son las piezas publicitarias que fueron aportadas por él en la reclamación y que por tanto constituían el objeto de ésta y, por ende, el objeto del presente procedimiento.

En consecuencia, dichas piezas que aporta ahora el particular no pueden ser objeto de análisis o examen, toda vez que no fueron objeto de reclamación y no forman parte del procedimiento.

5.- A mayor abundamiento, y en segundo lugar, debe advertirse que algunas de las piezas que aporta ahora el particular reclamante ni siquiera pueden ser consideradas mensajes publicitarios o comunicaciones comerciales. En efecto, una de estas piezas es un mensaje de correo electrónico que le remite la empresa en el marco del cruce de mensajes que se produjo una vez que el particular presentó sus quejas a la empresa. En otras palabras, el correo electrónico que el particular aporta en esta alzada para acreditar que la publicidad controvertida también ofrecía cuatro años de garantía gratuita en las 600 primeras unidades del coche Skoda Karoq que se vendan en España no es un mensaje publicitario; se trata de una comunicación remitida con carácter personal por la recurrida en respuesta al correo de queja enviado por el recurrente, y en el que se le informa que las piezas publicitarias que éste le envió son artículos periodísticos y que contienen un error. Por tanto, este correo escapa al ámbito de aplicación del Código de Autocontrol, el cual extiende su aplicación a *“toda actividad de comunicación publicitaria tendente a fomentar, de manera directa o indirecta y sean cuales fueran los medios empleados, la contratación de bienes o servicios, o el potenciamiento de marcas y nombres comerciales”*.

6.- Por lo que concierne al tercer motivo de impugnación, en virtud del cual el recurrente solicita que se le haga efectiva la oferta contenida en la Publicidad Reclamada (y declarada engañosa por el Jurado) y, por tanto, que la recurrida le conceda cuatro años de mantenimiento gratuito, este Pleno debe recordar que las competencias del Jurado se ciñen al análisis de la corrección de la publicidad. Dicho con otras palabras, el Jurado sólo puede examinar la compatibilidad de un mensaje publicitario con el Código de Conducta, y en consecuencia declarar su corrección o



incorrección y, en este último caso, instar su cese o rectificación. Pero no puede, pues queda por completo fuera del ámbito de sus competencias, realizar pronunciamiento alguno sobre las consecuencias contractuales de un mensaje publicitario que haya sido declarado engañoso.

En consecuencia, y en la medida en que la solicitud del particular recurrente entra de lleno en el ámbito del derecho de obligaciones y contratos, ámbito éste que es completamente ajeno a las competencias propias de este Jurado, debe ser desestimada.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

#### **ACUERDA**

Desestimar el recurso de alzada presentado por un particular contra la Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 17 de octubre de 2018.