



Resolución de 3 de diciembre de 2018, de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Vamancia S.L.U. La Sección estimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 3 del Código Ético de Confianza Online (y la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

Frente a dicha resolución, Vamancia S.L.U. interpuso Recurso de Alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado mediante Resolución de 9 de enero de 2019.

Resumen de la Resolución:
Vamancia S.L.U vs. Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 3 de diciembre de 2018
(“Compramostucoche.es Pago en 24 Horas. Email”)

Resolución de 3 de diciembre de 2018, de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la mercantil Vamancia S.L.U.

La reclamación se formuló contra una publicidad difundida por correo electrónico por la empresa Vamancia S.L.U., en la que se promocionaba la compra de vehículos. En el anuncio reclamado aparecía el signo de 24h junto con la alegación: *“Al vendernos tu coche te pagamos por transferencia y nos encargamos del cambio de titular, sin costes extras”*.

El particular consideró que la publicidad reclamada era engañosa porque en ella se expresa que el pago del vehículo se realizaría en 24 horas cuando, en realidad, el anunciante no realizó el pago en el mencionado plazo.

Tras trasladar la reclamación a Vamancia S.L.U. ésta no presentó escrito de contestación.

El Jurado indicó que el anunciante es una empresa adherida a Confianza Online y estando sometida por tanto al Jurado de AUTOCONTROL por lo que la carga de la prueba recaía sobre ella. Vamancia S.L.U., en tanto que no contestó a la reclamación, no acreditó la veracidad de la publicidad reclamada. Por todo lo anterior, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada infringía la norma 3 del Código Ético de Confianza Online así como la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

II. Recurso de Alzada

Frente a dicha resolución, Vamancia S.L.U. interpuso Recurso de Alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado mediante Resolución de 9 de enero de 2019.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
**Recurso de alzada de Vamancia S.L.U vs. Resolución de la Sección
Segunda del Jurado de 3 de diciembre de 2018**
(Asunto: “Compramostucoche.es Pago en 24 Horas. Email”)

En Madrid, a 9 de enero de 2019, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Antonio Gómez Segade, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por la empresa Vamancia S.L.U, contra la resolución de la Sección Segunda del Jurado de 3 de diciembre de 2018, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 19 de noviembre de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vamancia S.L.U.

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 3 de diciembre de 2018 (en adelante, la “**Resolución**”).

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

4.- El 20 de diciembre de 2018, la empresa Vamancia S.L.U. interpuso recurso de alzada contra la Resolución. En él mantiene en esencia que la publicidad controvertida no es ilícita porque no indica que el pago del coche que el cliente vende se realizará en 24 horas ni un consumidor medio puede deducirlo del logo de 24 horas que se inserta en la misma. Además, añade que en este caso concreto el propio tasador que atendió al particular reclamante le indicó verbalmente que el pago se realizaría una vez se procesase la compra y que mediante correo electrónico de fecha 19 de noviembre de 2018 se le informó que se procedería a realizar el pago una vez se notificase el vehículo.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del motivo de impugnación expuesto 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 una publicidad difundida por correo electrónico por la empresa Vamancia S.L.U., en la que se ofrece la compra de vehículos. En la parte inferior derecha de la publicidad se halla insertado el signo 24h y justo debajo la siguiente alegación: *“Al vendernos tu coche te pagamos por transferencia y nos encargamos del cambio de titular, sin costes extras”*.

2.- En su resolución de instancia, el Jurado estimó esta reclamación y, por tanto, consideró que la publicidad era engañosa, en la medida en que la alegación *“Al vendernos tu coche te pagamos por transferencia y nos encargamos del cambio de titular, sin costes extras”*, contenida en ella, en conjunción con el signo 24h inserto inmediatamente antes de la misma, transmite el mensaje según el cual el pago del coche vendido se produce en el plazo de 24 horas. Y, puesto que el anunciante no había contestado a la reclamación presentada, no había aportado prueba que, en cumplimiento de la carga que le incumbe, acreditase la veracidad de la publicidad y, en particular, que procedió a efectuar el pago del vehículo de la particular reclamante en el plazo indicado en la publicidad o, al menos, que existió una justificación suficiente, razonable y debidamente acreditada para la imposibilidad de proceder al pago al particular reclamante en dicho plazo.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección se alza el anunciante esgrimiendo en esencia un único motivo de impugnación. En particular, la recurrente sostiene que la publicidad reclamada no indica que el pago del coche que el cliente vende se realizará en 24 horas, y un consumidor medio no puede deducirlo del logo de 24 horas que se inserta en la misma, tal y como la resolución consideró. Además, la recurrente añade que en este caso concreto el tasador que atendió al particular reclamante le indicó que el pago se realizaría una vez se procesase la compra y que mediante correo electrónico de fecha 19 de noviembre de 2018 se le informó que se procedería a realizar el pago una vez se notificase el vehículo. Por tanto, concluye, la publicidad controvertida no puede considerarse engañosa.

4.- Este Pleno no puede compartir el motivo alegado por la recurrente para sustentar que la publicidad reclamada no infringe, por ser engañosa, la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol y el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

En efecto, pese a que la publicidad reclamada no indique expresamente que el pago del coche que el cliente vende a la reclamada se efectúa en un plazo de 24 horas, a juicio de este Jurado no es dudoso que, y tal y como razonó y concluyó la Resolución, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz concluirá que dicho plazo se refiere al pago del vehículo. Así, el símbolo con la leyenda “24 h.” no indica de forma expresa a qué se refiere dicho plazo. Pero justo a continuación de dicho símbolo se incluye la siguiente alegación: *“Al vendernos tu coche te pagamos por transferencia y nos encargamos del cambio de titular, sin costes extras”*. Esta específica configuración de la publicidad puede llevar a un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz a concluir que el plazo de 24 horas al que alude el símbolo incluido en la publicidad se vincula precisamente al pago al que se refiere la alegación que figura inmediatamente a continuación.



De hecho, no hay ninguna alegación o imagen en la publicidad que pueda llevar al consumidor a pensar que las 24 horas a las que alude el símbolo que se incluye en la publicidad se refieren a otro extremo diferente del pago del vehículo, que es precisamente el concreto extremo al que se refiere la alegación que figura inmediatamente a continuación. Y tampoco hay elemento alguno en la publicidad que pueda llevar a aquel consumidor a concluir que esas 24 horas para proceder a realizar el pago empiezan a contar una vez se procede a notificar el vehículo.

En cambio, sí hay un signo (24h) y una alegación (*“Al vendernos tu coche te pagamos por transferencia y nos encargamos del cambio de titular, sin costes extras”*) que, en su conjunto, transmiten el mensaje de que el pago del coche vendido se produce en el plazo de 24 horas. Y puesto que el anunciante ni siquiera discute que ese mensaje (que el pago del coche vendido se produce en el plazo de 24 horas) no es cierto y, además, reconoce que en el caso enjuiciado no se procedió a realizar el pago del coche en ese plazo, el Jurado debe concluir que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol y el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

Y a estos efectos, es indiferente que el particular reclamante fuera advertido con posterioridad de que el pago se efectuaría una vez se notificase el vehículo. La razón de ello estriba en que lo único que se discute en este procedimiento y este Pleno ha de resolver es si la publicidad controvertida es engañosa y, en particular, si el mensaje que ésta transmite según el cual el pago del coche vendido se produce en el plazo de 24 horas se corresponde o no con la realidad, con independencia de que las eventuales falsas expectativas generadas por el mensaje publicitario sean corregidas en un momento posterior por la información precontractual que pueda facilitar el anunciante.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada presentado por la empresa Vamancia S.L.U, contra la resolución de la Sección Segunda del Jurado de 3 de diciembre de 2018.