

Resolución de 21 de marzo de 2019 de la Sección Quinta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil WORTEN ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, S.L. La Sección declaró que la publicidad no infringía la norma 14 (publicidad engañosa) 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 11 de abril de 2019.

Resumen de la resolución:  
**Particular (OMIC Sonseca) vs. WORTEN ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, S.L.**  
"Worten"

Resolución de 21 de marzo de 2019 de la Sección Quinta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil WORTEN ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, S.L. La Sección declaró que la publicidad no infringía la norma 14 (publicidad engañosa) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

La reclamación se presentó frente a una publicidad que, dentro de la promoción del mes "sin iva", mostraba un precio de 196 euros para un televisor LG que, pasados unos días -según el reclamante- aumentó a 249 euros, siendo sobre este precio sobre el que -siempre según el reclamante- se aplicó el 21 % de descuento. Según se deduce del contenido de los escritos del particular reclamante, éste, siguiendo las indicaciones de un empleado de la tienda, no compró el televisor al precio de 196 euros sino que esperó a otro día con promoción para comprar el citado televisor. Sin embargo, al llegar el día señalado, el precio del televisor había aumentado; de tal manera que, aunque pasó a aplicarse el 21% de descuento (como consecuencia de la campaña "sin iva"), el precio final del televisor era más caro que el primer día que lo vió. Según exponía, la única explicación que recibió por parte de los trabajadores de Worten fue que los precios los fija (sube y baja) de manera arbitraria el vendedor.

Sin embargo, la Sección consideró que las fotografías aportadas por el reclamante no tenían el valor probatorio suficiente para entender la publicidad como engañosa, ya que no permitían identificar el modelo o modelos a los que aplicaban los precios, ni tampoco la fecha en que se tomó cada fotografía, por lo que era imposible conocer la fecha en que se promocionaba cada uno de los precios.

Como consecuencia de lo anterior y ateniéndose a los elementos de prueba obrantes en el expediente, la Sección no pudo concluir que la Publicidad Reclamada infringiese la norma 14 del Código de Autocontrol.

### **Recurso de alzada**

Frente a dicha resolución, un particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado en su Resolución de 11 de abril de 2019.

Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular (OMIC Sonseca) vs. WORTEN ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, S.L.**  
“Worten”

En Madrid, a 21 de marzo de 2019, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 5 de marzo de 2019, una particular presentó, a través de la Oficina Municipal De Información Al Consumidor (en adelante “**OMIC**”) de la comarca de Sonseca (Toledo), un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa WORTEN ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, S.L. (en adelante “**Worten**”).

2.- La reclamación se formula contra una publicidad difundida en la tienda WORTEN situada en Toledo, Avda. Río Boladiez, respecto de un televisor LG28mt495-PZ.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad objeto de este procedimiento es engañosa puesto que el precio del televisor subió de 196 euros el día 17 de octubre a 249 euros el 29 de octubre. Los términos en los que fue presentada la reclamación difieren si atendemos al literal, por un lado, del correo electrónico y, por otro, al escrito manual. En uno de los escritos, el particular reclamante manifiesta que estando en el mes sin IVA el empleado de Worten le aconsejó que, para la compra del televisor, esperase al día de los productos LG. En otro de los escritos, sin embargo, el particular reclamante declara que el empleado de Worten le aconsejó esperar al día sin IVA.

En todo caso, se deduce del contenido de los escritos del particular reclamante que, siguiendo las indicaciones de un empleado de la tienda, no compró el televisor al precio de 196 euros ese día y esperó a que fuera otro día con promoción para comprar el citado televisor. Según expone el particular, al llegar el día señalado el precio del televisor había aumentado de tal manera que aunque pasó a aplicarse el 21% de descuento (como consecuencia de la campaña “sin iva”) el precio del televisor era más caro que el primer día que lo vió, teniendo un precio de 249 euros en vez de a los 196 euros iniciales. Afirma el particular que el precio de 249 euros no lo ha visto en ningún otro comercio. La única explicación que dice recibió por parte de los trabajadores de Worten fue que los precios los fija (sube y baja) de manera arbitraria el vendedor.

Para sustentar dichas alegaciones, aporta dos fotografías en las que se muestran dos precios distintos.

4.- Trasladada la reclamación a WORTEN, esta compañía ha presentado escrito en el que manifiesta que, como gesto comercial y sin que ello sirva como asunción de responsabilidad alguna, se accedió a las pretensiones del cliente. Adicionalmente a lo anterior, pone de manifiesto que la única prueba aportada por el reclamante son unas imágenes con una calidad precaria lo que les impide considerarse prueba vinculante de ningún tipo de infracción.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”), que consagra el principio de veracidad en los siguientes términos: *“1. 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. (...)”*.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular parece considerar engañosa la Publicidad Reclamada al entender que, aunque Worten aplicó el descuento promocionado al precio del televisor como consecuencia de la campaña publicitaria relativa al 21% de descuento, el precio del bien había subido tanto que le aplicaron la oferta sobre 249 euros y no sobre los 196 euros iniciales.

3.- Pues bien, tras un análisis detallado tanto de las fotografías descritas, es claro a juicio de esta Sección que, en la primera fotografía, junto a un televisor cuya marca y modelo no resultan identificables, aparece una etiqueta en la que lo único que resulta legible es el precio de 196 euros. Por su parte, la segunda fotografía muestra una etiqueta, junto a un televisor LG cuyo modelo no es identificable, que contiene la palabra “ofertas” con un precio que marca 249 euros, sin que el resto del texto resulte legible.

4.- A la vista de lo anterior esta Sección sólo puede constatar que las fotografías aportadas por el reclamante carecen del valor probatorio suficiente. En ellas no se conoce ni el modelo o modelos al que los que aplicaban los precios, ni tampoco la fecha en que se tomó cada fotografía; y, en consecuencia, tampoco se conoce la fecha en que se promocionaba cada uno de los precios en el momento en que se tomaron las fotografías.

Por consiguiente, la prueba aportada por el particular reclamante al presente procedimiento no permite apreciar la existencia de un supuesto de publicidad engañosa.

En consecuencia, ateniéndonos a los elementos de prueba obrantes en el expediente, esta Sección sólo puede concluir que los elementos obrantes en el expediente no permiten afirmar la existencia de una infracción de la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

---



## ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Worten España Distribución S.L.

---