



Resolución de 25 de abril de 2019, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa Robert Bosch España S.L.U. La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

**Resumen de la Resolución:  
Particular vs. Robert Bosch España S.L.U.  
“Regístrate en MiBoschCarService y llévate 5 euros en Amazon.Internet”**

Resolución de 25 de abril de 2019, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por dos particulares contra la publicidad de la que es responsable la mercantil Robert Bosch España S.L.U.

La reclamación se formuló contra una publicidad difundida a través de la página web de la empresa Robert Bosch España S.L.U., en la que se promocionaba un código de Amazon por valor de 5 euros por registrarte en la página MiBoschCarService. En la publicidad reclamada se incluían, entre otras, las siguientes menciones: “¡Consigue tu premio con sólo un click!” y “Sólo durante este fin de semana, si te registras en #MiBoschCarService, te llevas 5 euros en Amazon. ¡Aprovecha esta oportunidad!”.

Los particulares alegaron que no habían recibido el correo electrónico con el código necesario para acceder a la promoción. Sin embargo, el Jurado concluyó que mientras que ellos no aportaron prueba que acreditara dicha circunstancia, la reclamada sí acreditó que las 482 primeras personas que realizaron la inscripción, entre ellas los reclamantes, recibieron el código en un plazo inferior a una semana. Por lo tanto, el Jurado entendió que la publicidad reclamada no infringió la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs Robert Bosch España S.L.U.**  
**“Regístrate en MiBoschCarService y llévate 5 euros en Amazon.Internet”**

En Madrid, a 25 de abril de 2019, reunida la Sección Séptima 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 dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa Robert Bosch España S.L.U., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 8 de abril de 2019, dos particulares presentaron un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Robert Bosch España S.L.U.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet por la empresa Robert Bosch España S.L.U., en la que se realiza una promoción consistente en ofrecer, tras registrarse el usuario en la página MiBoschCarService, un código de Amazon por valor de 5 euros, código que debe validarse en la página web de Amazon. En particular, en la mencionada publicidad puede leerse lo siguiente: *“¡Consigue tu premio con sólo un click!”. “Sólo durante este fin de semana, si te registras en #MiBoschCarService, te llevas 5 euros en Amazon. ¡Aprovecha esta oportunidad!”*.

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

3.- Según exponen en su escrito de reclamación, los particulares consideran que la publicidad reclamada es engañosa pues, según afirman, pese a registrarse en la página MiBoschCarService, nunca recibieron el correo electrónico con el código Amazon por valor de 5 euros necesario para validarlo en la página web de Amazon, tal y como ofrece la publicidad reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, sostiene que la publicidad no es engañosa puesto que la promoción, vigente los días 6 y 7 de abril, estaba ligada a las primeras 482 inscripciones y todas las 482 personas que se inscribieron en la página MiBoschCarService, incluidos los reclamantes, han obtenido el código en un plazo inferior una semana. Además, afirma también la reclamada, el día 9 de abril se informó a los usuarios sobre la fecha aproximada de entrega de los códigos.

### II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes 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 (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”).

Esta norma dispone lo siguiente: “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, los particulares que han instado el presente procedimiento parecen considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta puede inducir a error acerca de la posibilidad de beneficiarse de la promoción que se realiza en ella consistente en ofrecer un código de Amazon por valor de 5 euros proporcionado por la reclamada tras registrarse en la página MiBoschCarService. La razón que aducen los particulares para sustentar su parecer es que nunca recibieron el correo electrónico con el código Amazon por valor de 5 euros necesario para validarlo en la página web de Amazon, tal y como ofrece la publicidad reclamada.

3.- Los particulares reclamantes han aportado a este procedimiento prueba que acredita la existencia de la publicidad reclamada. Sin embargo, no han aportado prueba alguna que demuestre, como afirman, que nunca recibieron el correo electrónico con el código necesario para acceder a la promoción. Por su parte, la reclamada niega que la publicidad sea engañosa, pues, según alega, la promoción era válida para las primeras 482 inscripciones y de entre ellas, todas las que se inscribieron en la página MiBoschCarService, incluidos los reclamantes, recibieron el código en un plazo inferior una semana.

4.- Así las cosas, el Jurado sólo puede concluir que no existen en el expediente elementos suficientes que permitan afirmar el carácter engañoso de la publicidad sometida a su examen.

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

## **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por dos particulares contra la publicidad de la que es responsable la empresa Robert Bosch España S.L.U.