



Resolución de 14 de mayo de 2019 de la Sección Séptima 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 Binary Subject, S.A. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 2 (principio de legalidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Binary Subject, S.A.
“Precio sin IVA. Internet”

Resolución de 14 de mayo de 2019 de la Sección Séptima 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 Binary Subject, S.A.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida por Internet, en particular desde el perfil 360imprimir en la red social Facebook, en la que se promocionaba la impresión de quinientas tarjetas de visita por el precio de 6,99 € y justo debajo, en letra de menor tamaño, podía leerse: “+ IVA”.

La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad reclamada infringía la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en relación con los artículos 20.1.c) y 60.2.c) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias. La Sección entendió que el precio de 6,99 € era contrario a las normas citadas en la medida en que no informaba sobre el precio final completo del producto incluido el IVA.



Texto completo de la Resolución del Jurado: Particular vs. Binary Subject, S.A. “Precio sin IVA. Internet”

En Madrid, a 14 de mayo 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 un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Binary Subject, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 16 de abril de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Binary Subject, S.A. (en adelante, “**360imprimir**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet, en particular desde el perfil de 360imprimir en la red social Facebook, en la que se promociona la impresión de quinientas tarjetas de visita por el precio de 6,99 € y justo debajo, en letra de menor tamaño, puede leerse: “+ IVA”.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa e ilícita porque, a su juicio, el precio que en ella se indica para la oferta de la impresión de las tarjetas de visita no incluye el precio final completo, puesto que no se está incluyendo el importe correspondiente al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

4.- Trasladada la reclamación a la empresa 360imprimir, esta ha presentado en plazo escrito de contestación en el que defiende que la Publicidad Reclamada no es ilícita ni engañosa.

En particular, la reclamada sostiene que en la pieza se menciona claramente cuál es el producto promocionado, cuál es su precio, y se indica que el precio mostrado está sujeto a IVA, de modo que no se estaría omitiendo ninguna información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión. Además, 360imprimir incide en que la mención “+ IVA” es perfectamente legible y está ubicada justo a continuación del precio, de modo que no puede decirse que ese dato haya querido ocultarse y queda claro que el precio no incluye IVA.



Por ello, 360imprimir mantiene que su publicidad no es ilícita ni engañosa y solicita al Jurado que desestime la reclamación presentada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”) que recoge el principio de legalidad en los siguientes términos: *“La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*.

En el caso que nos ocupa, dicha norma debe ponerse en relación con el artículo 20.1.c) del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias (LGDCyU), el cual dispone que: *“Las prácticas comerciales que, de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado, incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio, posibilitando que el consumidor o usuario tome una decisión sobre la contratación, deberán contener, si no se desprende ya claramente del contexto, al menos la siguiente información: (...) c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario”*.

En idéntico sentido, el artículo 60.2.c) de la misma LGDCU establece que *“en toda información al consumidor sobre el precio de los bienes o servicios, incluida la publicidad, se informará del precio final completo, desglosando en su caso el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación, de los gastos que se repercutan al consumidor y usuario, y de los gastos adicionales por servicios accesorios, financiación y otras condiciones de pago similares”*.

2.- Así las cosas, resulta evidente que tanto el artículo 20 como el artículo 60 de la LGDCU obligan a que la información sobre el precio de un producto se refiera a su precio final completo, incluyendo los impuestos.

Por otra parte, existe también una clara doctrina de este Jurado sobre la forma en que han de ser interpretados estos preceptos. Dicha doctrina se ha plasmado - entre otras- en la resolución del Pleno del Jurado de 21 de enero de 2014, en la cual se afirma lo siguiente: *“Entiende el Pleno que en los mensajes publicitarios en los que se refleje el precio de los productos y/o servicios, las referencias principales (esto es, las que se incluyan en las partes más destacadas de la publicidad) al precio deben hacerse mencionando el precio completo con impuestos incluidos. A juicio de este Pleno, esto no excluye que en la publicidad también se pueda informar de cuál es la parte del precio que corresponde al importe del producto y cuál es la parte que corresponde a impuestos. Pero esta mención deberá ser en todo caso secundaria en*



relación con la referencia principal al precio final completo, pues en caso contrario se podría frustrar la finalidad perseguida por la norma”.

3.- Así las cosas, puesto que en la Publicidad Reclamada no se indica con carácter destacado cuál es el precio final completo incluido el IVA, esta Sección ha de concluir que la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de Conducta de Autocontrol.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Binary Subject, S.A.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada.