



Resolución de 23 de mayo de 2019 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Media Saturn Administración España S.A. La Sección consideró que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, ni el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

Resumen de la Resolución:  
**AUC vs. Media Saturn Admón España, S.A.U.,**  
“3 días sin IVA. Internet”

Resolución de 23 de mayo de 2019 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Media Saturn Administración España S.A.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en la página web “mediamarkt.es”, en la que se promovían los productos comercializados por la reclamada. En ésta podía leerse: “Día sin IVA de MediaMarkt. Llega el día sin IVA de MediaMarkt en televisores y electrodomésticos. Aprovecha esta oportunidad y ahórrate el -21 % de IVA en stock disponible. -21 % de IVA en stock disponible\*. 3 días sin IVA (...) ¿Cómo se calcula el precio del día sin IVA?. ¡Olvídate de las calculadoras! Encontrarás el precio con IVA tachado y el precio sin IVA al lado en todos\* nuestros productos para que puedas disfrutar de unos precios nunca vistos sin molestarte en hacer ningún cálculo. Si todavía sigues con dudas, aquí te mostramos un ejemplo de cómo se le descuenta el 21 % al precio: Precio normal: 500 €. Precio día sin IVA:  $500/1.21 = 413,22$  €”.

El Jurado consideró que la publicidad reclamada no era susceptible de inducir a error a sus destinatarios sobre el alcance de la promoción, en la medida en que, para un consumidor medio, alegaciones tales como “Día sin IVA” o similares simplemente trasladan el mensaje de que determinados productos se comercializan durante el periodo promocional con un descuento equivalente al importe al IVA pero que, en todo caso, incluyen dicho impuesto. Con todo, aclaró que bastaba un simple visionado de la publicidad para comprobar que ésta detallaba claramente el alcance de la promoción.

Por todo el anterior, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad). Adicionalmente, en la medida en que la empresa reclamada se encontraba adherida al Código Ético de Confianza Online, consideró que la misma no resultaba contraria a la norma 3 de dicho Código.



## Texto completo de la Resolución del Jurado: **AUC vs. Media Saturn Admón España, S.A.U.,** “3 días sin IVA. Internet”

En Madrid, a 23 de mayo de 2019, reunida la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo, para el análisis de la reclamación interpuesta por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Media Saturn Administración España S.A., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 13 de mayo de 2019, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante, “**AUC**”) presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Media Saturn Administración España, S.A. (en lo sucesivo, “**Media Markt**”).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web “mediamarkt.es”, en la que se promueven los productos comercializados por la reclamada. En ésta puede leerse: “Día sin IVA de MediaMarkt. Llega el día sin IVA de MediaMarkt en televisores y electrodomésticos. Aprovecha esta oportunidad y ahórrate el -21 % de IVA en stock disponible. -21 % de IVA en stock disponible\*. 3 días sin IVA (...) ¿Cómo se calcula el precio del día sin IVA?. ¡Olvídate de las calculadoras! Encontrarás el precio con IVA tachado y el precio sin IVA al lado en todos\* nuestros productos para que puedas disfrutar de unos precios nunca vistos sin molestarte en hacer ningún cálculo. Si todavía sigues con dudas, aquí te mostramos un ejemplo de cómo se le descuenta el 21 % al precio: Precio normal: 500 €. Precio día sin IVA:  $500/1.21= 413,22$  €”.

Finalmente, en el margen inferior se incluye el texto: “\*Descuento equivalente al importe del IVA aplicable a cada gran y pequeño electrodoméstico, televisor, barra de sonido, proyector y soporte de televisor. Todos los productos incluyen IVA y Canon compensatorio por copia privada. Oferta válida del 9 al 11 de mayo de 2019. Ejemplo para un producto de PVP 500 €: el IVA aplicable a dicho producto es de 86,78 €. Promoción no acumulable a otras promociones”.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, AUC considera que la publicidad reclamada es engañosa pues, según argumenta, en ésta, mediante la utilización de la mención “Día sin IVA”, se afirma que, con la oferta promocionada, los consumidores no pagan el IVA de los productos, cuando realmente el pago de dicho tributo es siempre obligatorio, excepto en aquellos productos que legalmente se encuentren exentos de su pago.



Por todo ello, solicita al Jurado que declare ilícita la publicidad reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Media Markt, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo en el que se opone a las alegaciones de la reclamante con base en los siguientes extremos:

En *primer* término, alega que la publicidad reclamada no es ilícita en la medida en que la misma se enmarca en una campaña que se ha venido utilizando desde hace años en varios países europeos, sin que en ninguno de estos países se haya interpuesto sanción alguna por parte de una autoridad fiscal.

En *segundo* término, expone que todos los soportes publicitarios incorporan las siguientes aclaraciones: "Descuento equivalente al importe del IVA (...) Todos los productos incluyen IVA (...)".

Por *último*, manifiesta que los clientes de Media Markt reciben una factura o tiquet de compra en el que consta claramente desglosada la cuota del importe correspondiente al IVA.

Por todo ello, considera que la publicidad no es susceptible de inducir a error al consumidor al tener éste conocimiento en todo momento de que la promoción consiste en aplicar un descuento equivalente al importe del IVA, y no que no se vaya a abonar el mismo.

En consecuencia, solicita al Jurado que desestime la reclamación presentada.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, 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**") que establece 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".*

Adicionalmente, en la medida en que la empresa reclamada se encuentra adherida al Código Ético de Confianza Online (en adelante, el "**Código de Confianza Online**"), esta Sección debe analizar la misma a la luz del artículo 3 de dicho Código, que establece que:

*"La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia de las empresas adheridas a este Código, deberá ser conforme a la ley aplicable y al Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, además de ser leal,*



*honesto y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional”.*

**2.-** Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, AUC considera que la publicidad que nos ocupa es engañosa al entender que ésta sugiere que, durante el periodo de validez de la oferta, los consumidores se van a ahorrar el IVA de los productos promocionados, cuando realmente el pago de dicho impuesto es obligatorio y, por tanto, no puede excluirse su importe del precio final de venta del producto.

**3.-** A este respecto, cabe recordar que este Jurado ha tenido ocasión de pronunciarse en anteriores ocasiones acerca de campañas publicitarias similares a la que ahora nos ocupa. Así, este Jurado ha venido considerando que alegaciones tales como “Día sin IVA” o similares difícilmente pueden llevar a un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz a concluir que durante la promoción no se pagará el IVA. Esto es así en la medida en que un consumidor sabe perfectamente que ello no es (legalmente) factible, pues no está en manos de un anunciante decidir sobre una exención del pago de impuestos. En consecuencia, un consumidor medio interpretará sin ningún tipo de dificultad que, durante un periodo promocional, determinados productos serán comercializados con un descuento que se aplica directamente al importe del mismo y que se corresponde con la cuota de IVA aplicable a cada producto en concreto.

En todo caso, este Jurado ha podido comprobar que basta un simple visionado de la publicidad para comprobar que, además, en el supuesto de hecho que nos ocupa, ésta detalla claramente el alcance de la promoción. Así, ha podido constatar que en la misma se especifica que la mención “Día sin IVA” hace referencia a un “\*Descuento equivalente al importe del IVA aplicable (...)”. Asimismo, se aclara con rotundidad que “Todos los productos incluyen IVA (...)” y se incluye un ejemplo económico en el que se clarifica cómo se procede a descontar el importe equivalente a dicho impuesto, especificando la cifra de IVA correspondiente al producto incluido en el ejemplo.

En tales circunstancias, este Jurado debe considerar que la publicidad no puede ser calificada como engañosa, en la medida en que difícilmente podría llevar a un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz a concluir que, durante la promoción, no pagará el IVA de los productos que adquiera. Antes bien, la publicidad transmite de forma clara y precisa el mensaje de que determinados productos se comercializarán durante la promoción con un descuento equivalente al importe del IVA aplicable, pero que, en todo caso, incluyen dicho impuesto.

**4.-** Por consiguiente, esta Sección concluye que la publicidad reclamada no reviste un carácter engañoso y, por tanto, no vulnera lo dispuesto en la norma 14 del Código de Autocontrol, ni en el artículo 3 del Código de Confianza Online.



En atención a lo expuesto, la Sección Primera del Jurado de Autocontrol,

**ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Media Saturn Administración España, S.A.