



Resolución de 5 de septiembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa El Corte Inglés, S.A. La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringe la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. El Corte Inglés, S.A.
“Te regalamos 10 euros para tu primera compra online. Internet”.

Resolución de 5 de septiembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa El Corte Inglés, S.A.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida por Internet por la empresa El Corte Inglés, S.A., en la que se realizaba una promoción consistente en ofrecer un código de descuento por valor de 10 euros por la primera compra superior a 90 euros que el cliente realizara *on-line*. En particular, en la publicidad podía leerse lo siguiente: “*Te regalamos 10 euros para tu primera compra on-line*”, y debajo la alegación: “*Introduce el código SOYNUEVO al finalizar un pedido superior a 90 euros*”.

El Jurado entendió que la publicidad no era engañosa en la medida en que, por un lado, advertía claramente de que la promoción se aplicaba únicamente al primer pedido que el cliente realizara en el canal *on-line*, y por otro, quedó acreditado que el reclamante había realizado seis pedidos en dicho canal con anterioridad, motivo por el cual no le era aplicable el descuento promocionado. En tales circunstancias, el Jurado consideró que la publicidad objeto de la reclamación no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. El Corte Inglés, S.A.
“Te regalamos 10 euros para tu primera compra online. Internet”.

En Madrid, a 5 de septiembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra la empresa El Corte Inglés, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 26 de julio de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa El Corte Inglés, S.A.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet por la empresa El Corte Inglés, S.A., en la que se realiza una promoción consistente en ofrecer un código de descuento por valor de 10 euros por la primera compra, superior a 90 euros, que el cliente realice *on-line*. En particular, en la copia de la publicidad que ha aportado al procedimiento el reclamante puede leerse lo siguiente: “*Te regalamos 10 euros para tu primera compra on-line*” y, debajo de ella la alegación “*Introduce el código SOYNUEVO al finalizar un pedido superior a 90 euros*”.

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 pues, según sostiene, procedió a darse de alta en el registro y realizó su primera compra *on-line* por un valor superior a 100 euros y, sin embargo, no le aplicaron los 10 euros de descuento que se ofrecen en ella.

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, pues el reclamante ya había realizado diversos pedidos en el canal *on-line* del Supermercado con anterioridad, razón por la cual no puede beneficiarse de la promoción, ya que ésta, como explícitamente señala la publicidad, sólo es aplicable a la primera compra que realiza el cliente.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y al 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, el particular que ha instado el presente procedimiento parece considerar engañosa la Publicidad Reclamada al entender que ésta puede llevar a los consumidores a concluir que pueden beneficiarse de un descuento de 10 euros en la primera compra que realicen en el canal *on-line* de la reclamada por un valor superior a 90 euros, cuando en realidad ese descuento no existe.

3.- Esta alegación debe ser rechazada. En efecto, ha quedado acreditado en este procedimiento que el reclamante había realizado seis pedidos en el canal *on-line* de la anunciante con anterioridad, por lo que la compra que hizo en la fecha indicada en la reclamación no era su primera compra a través de ese canal. Y sentado que la publicidad advierte expresamente, tal y como reconoce el propio reclamante, que la promoción que contiene se aplica únicamente al primer pedido que el cliente realice en el canal *on-line*, es evidente que ésta no le era de aplicación.

4.- Así las cosas, este Jurado ha de concluir que la Publicidad Reclamada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol, procediendo la desestimación íntegra de la reclamación.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa El Corte Inglés, S.A.