



Resolución del 28 de marzo 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 empresa Booking.Com. B.V. La Sección consideró que la publicidad debería ser considerada incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen resolución:  
**Particular vs. Booking. Com. B.V.**  
**(“Habitación tres camas individuales. Internet”)**

Resolución del 28 de marzo 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 empresa Booking.Com. B.V.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida a través de la página web de empresa Booking.com B.V., en la que se promueve la contratación de habitaciones de hotel. En ella se afirma lo siguiente: *“Habitación triple. Tamaño de la cama. 3 camas individuales, 90-130 cm de ancho”*.

La Sección consideró que la publicidad reclamada podría resultar engañosa e incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) dado que transmitía claramente un mensaje según el cual las camas tienen un tamaño de 90-130 centímetros de ancho, cuando quedó acreditado que dichas medidas no se correspondían con la realidad.



Texto completo de la resolución  
**Particular vs. Booking. Com. B.V.**  
**(“Habitación tres camas individuales. Internet”)**

En Madrid, a 28 de marzo 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 análisis de la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la entidad Booking.Com. B.V., emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 11 de marzo de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Booking.com B.V.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida a través de la página web de empresa Booking.com B.V., en la que se promueve la contratación de habitaciones de hotel. En ella se afirma lo siguiente: *“Habitación triple. Tamaño de la cama. 3 camas individuales, 90-130 cm de ancho”*.

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 argumenta, en ella se afirma que el tamaño de las tres camas individuales es de 90-130 centímetros de ancho, cuando ello no es cierto.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Booking.com B.V., ésta ha presentado escrito en el que afirma haberse puesto en contacto con el particular reclamante para ofrecerle una compensación.

### **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”**), a cuyo tenor: *“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: (...) b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.*

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado este procedimiento parece considerar engañosa la publicidad objeto del mismo, al entender que ésta puede inducir a error sobre las características y, en particular, las medidas de las tres camas individuales que en ella se ofrecen.

3.- Esta Sección hace constar que, en el caso que nos ocupa, la publicidad objeto de este procedimiento incluye una mención clara e inequívoca según la cual las tres camas individuales que se ofrecen tiene un tamaño de 90-130 centímetros de ancho. En efecto, en la publicidad se afirma literalmente *“Habitación triple. Tamaño de la cama 90-130 cm de ancho”*. De esta forma, la publicidad transmite de manera clara el mensaje según el cual las camas que se ofrecen tienen esas medidas.

4.- Sin embargo, de acuerdo con lo alegado por el particular reclamante, las camas ofrecidas no tiene esa medida, lo cual acredita mediante impresión de una fotografía de la cama.

Por otra parte, en su escrito de contestación la reclamada no ha rechazado o desvirtuado estas alegaciones y pruebas, poniendo simplemente de manifiesto que ha entrado en contacto con el particular reclamante para ofrecerle una compensación.

5.- En estas circunstancias, y aun valorando el Jurado positivamente la disposición de la reclamada a compensar al reclamante, debe concluirse que la publicidad reclamada sería incompatible con la norma 14 del Código de Autocontrol. En efecto, en una situación como la descrita la publicidad es claramente apta para inducir a error a sus destinatarios, llevándoles a concluir que las camas ofrecidas tienen un tamaño de 90-130 centímetros de ancho cuando ello no se corresponde con la realidad.

En atención a lo expuesto, la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial,



## **ACUERDA**

**1.-** Estimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la entidad Booking.Com B.V.

**2.-** Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

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