



Resolución de 28 de febrero de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Punt Roma, S.L. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Frente a dicha resolución, Punt Roma, S.L. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 28 de marzo de 2019.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Punt Roma, S.L.
“Gastos de envío gratis. Internet”

Resolución de 28 de febrero de 2019, de la Sección Séptima del Jurado, por la que se estima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Punt Roma, S.L.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida a través de la página web de Punt Roma, S.L., en la que se ofrecían los productos que ésta comercializa, tales como prendas de vestir y similares. En dicha publicidad se podía leer, entre otras alegaciones: *“Envío gratis. Regístrate en Punt Roma Online entra en tu cuenta y recibe tu pedido gratis (...) Devoluciones: (...): Devolución a tienda: GRATIS. Devolución a través de Punt Roma on-line: 4 euros”*.

El reclamante alegaba que la publicidad era engañosa porque inducía erróneamente a creer que la devolución de las prendas en las tiendas de la empresa era gratuita, mientras que a él se le habían descontado 7 euros porque la promoción aplicada al adquirir los productos ya no era de aplicación.

El Jurado entendió que la publicidad y, en particular, la alegación *“Devolución en tienda: GRATIS”* en ella contenida, transmite un mensaje claramente objetivo y verificable, según el cual, al registrarse en Punt Roma online el envío del pedido es gratuito y su devolución también es gratuita en todo caso si se realiza en alguna de las tiendas físicas de Punt Roma, S.L., cuando ello no siempre es así, ya que resultó acreditado que en caso de devolución de un producto adquirido en promoción, del importe de la devolución se descontaría el importe de los gastos de envío. En tales circunstancias, consideró que la publicidad objeto de la reclamación es incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, Punt Roma, S.L. interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 28 de marzo de 2019.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Punt Roma, S.L.
“Gastos de envío gratis. Internet”

En Madrid, a 28 de febrero de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Punt Roma, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 12 de febrero de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Punt Roma, S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida a través de la página web de Punt Roma, S.L., en la que se ofrecen los productos (prendas de vestir y similares) que ésta comercializa.

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, induce erróneamente a creer que la devolución (en alguna de las tiendas de la empresa Punt Roma, S.L) de las prendas que se ofrecen en ella es gratuita, cuando ello no es así, puesto que cuando procedió a realizar la devolución de la prenda (una blusa) le descontaron 7 euros en concepto de “gastos de envío”, lo cual, según el reclamante, no se informa en la publicidad.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Punt Roma, S.L., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, manifiesta que la publicidad controvertida no es engañosa, toda vez que en las condiciones generales de la contratación de los productos que Punt Roma, S.L. ofrece en su página web y, en particular, en el apartado “cambios y devoluciones”, se establece claramente que en caso de devolución de productos que están en promoción, ésta quedará automáticamente descontada o anulada del importe a devolver, si en el momento de realizar la devolución el pedido original ya no cumple los requisitos necesarios para que se aplique la promoción, que fue lo que sucedió en el caso que nos ocupa y, por ello, al realizar el particular la devolución del pedido se le descontaron 7 euros que se correspondían con los gastos de envío del pedido una vez anulada la citada promoción.

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”**), 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: (...) e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio; (...) h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr”*.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante parece considerar engañosa la publicidad controvertida al entender que ésta puede inducir a error sobre la gratuidad de la devolución de los productos adquiridos a través de la página web de la reclamada y realizada en sus establecimientos.

3.- Pues bien, en el caso que nos ocupa, la publicidad, a través de sus mensajes escritos y visuales, transmite un mensaje claramente objetivo y verificable, según el cual al registrarse en Punt Roma online el envío del pedido es gratuito y la devolución de los productos adquiridos en la página web de la reclamada es también gratuita si ésta se realiza en alguna de las tiendas de Punt Roma, S.L. Así se desprende indudablemente de las afirmaciones siguientes que contiene la publicidad: *“Envío gratis. Regístrate en Punt Roma Online entra en tu cuenta y recibe tu pedido gratis (...) Devoluciones: el plazo máximo de devolución es de 30 días desde la fecha de la compra y puede realizar la devolución en: Devolución a tienda: GRATIS. Devolución a través de Punt Roma on-line: 4 euros”*.

Sin embargo, el particular que ha instado el presente procedimiento ha aportado un principio de prueba (impresión de la publicidad reclamada y factura del importe cobrado por la reclamada a la reclamante por la devolución de una prenda ofrecida en la publicidad reclamada) que acreditaría que la devolución de los productos adquiridos en la página web de la reclamada y realizada en alguna de las tiendas de Punt Roma, S.L. no es siempre gratuita, circunstancia ésta que por otra parte tampoco ha sido negada por la parte reclamada en su contestación. Pues, en efecto y como admite la propia reclamada en su escrito, tratándose de productos en promoción, si en el momento de realizar su devolución ya no cumple los requisitos necesarios para que ésta se aplique, queda automáticamente descontada o anulada del importe a devolver, que en el caso fueron 7 euros de gastos en envío.

En estas circunstancias, debe concluirse que la publicidad es 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 la devolución de las prendas adquiridas en la página web de la reclamada y realizada en alguna de las tiendas de Punt Roma, S.L. es gratuita en todo caso cuando ello no siempre es así.

4.- Esta conclusión no se ve alterada por el hecho de que la información sobre la política de devolución de prendas se ofrezca en las condiciones generales insertas



en la página web de la reclamada, ya que es doctrina constante del Jurado aquélla según la cual el mensaje publicitario principal no puede verse esencialmente limitado por aquellos que se ofrezcan en otros soportes. En nuestro caso, la publicidad –como se ha dicho- afirma claramente que la devolución de los productos adquiridos en la página web de la reclamada es gratuita si se efectúa en alguna de las tiendas de Punt Roma, S.L., sin informar en ese mismo mensaje de que ello no es así en todo caso. En estas circunstancias, la información que se proporciona en un momento posterior al de la publicidad (en las condiciones generales o durante el proceso de reserva) sobre el hecho de que, tratándose de productos en promoción, las condiciones de devolución son diferentes y, en particular, de que si en el momento de realizar su devolución ya no cumple los requisitos necesarios para que se aplique la promoción, ésta queda automáticamente descontada o anulada del importe a devolver, limita de forma muy relevante el mensaje principal de ésta, según el cual la devolución de todos los productos realizada en los establecimientos de la reclamada es gratuita. Además, se trata de una información que se proporciona en todo caso en un momento posterior al de la recepción de la publicidad y que, por tanto, no impide que ésta por sí sola genere una falsa expectativa sobre la gratuidad de la devolución de los productos adquiridos.

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

ACUERDA

1.- Estimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Punt Roma, S.L.

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

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