

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN

Solicitante	Particular (Transfronteriza ASA)
Responsable de la publicidad	Balur Plus S.L.
Título	App Turkey-onlinevisa.com. Internet
Nº de asunto	44/R/MARZO 2020
Fase del proceso	Primera instancia - Sección Séptima
Fecha	26 de marzo de 2020

Resolución de 26 de marzo de 2020, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, y trasladada al Jurado de Autocontrol por Advertising Standards Authority, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Balur Plus S.L. El Jurado desestimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada resultaba compatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad).

### RESUMEN

Resolución de 26 de marzo de 2020, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, y trasladada al Jurado de Autocontrol por Advertising Standards Authority, contra una publicidad de la que es responsable la Balur Plus S.L.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en la página web de la reclamada y en la que se promovía el servicio de tramitación del visado para poder entrar y permanecer temporalmente o salir de Turquía. En la publicidad reclamada, entre otras menciones, se indicaba: *"www.turkey-onlinevisa.com pertenece a Balur Plus, una empresa privada que ofrece servicios especializados de solicitud de visados online. Ayudamos a los viajeros a obtener visados de los gobiernos brindándoles asistencia especializada"*.

El reclamante consideró que, a su juicio, la presentación de la publicidad resultaba apta para inducir a creer que la empresa reclamada era una entidad oficial del gobierno de Turquía, cuando lo cierto es que se trataba de una entidad privada.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no resultaba engañosa, y por tanto la consideró compatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en la medida en que, teniendo en cuenta el conjunto de la página web en la que se insertaba la publicidad, no sólo no

existían elementos que por sí solos resultasen aptos para llevar a los destinatarios a creer erróneamente que la anunciante es una entidad oficial del gobierno de Turquía, sino que se incluían elementos los cuales ponían de manifiesto que la anunciante es una entidad privada .

## TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 26 de marzo de 2020, 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, y trasladada al Jurado de Autocontrol por Advertising Standards Authority, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Balur Plus S.L., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 9 de marzo de 2020, la Advertising Standards Authority dio traslado a la Secretaría del Jurado de una reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Balur Plus S.L.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la empresa reclamada en la que se promueven sus servicios y, en particular, la tramitación del visado para poder entrar y permanecer temporalmente o salir de Turquía. En dicha página web, y entre otras menciones, en la sección de política de privacidad, se señala: "www.turkey-onlinevisa.com pertenece a Balur Plus, una empresa privada que ofrece servicios especializados de solicitud de visados online. Ayudamos a los viajeros a obtener visados de los gobiernos brindándoles asistencia especializada".

En adelante, aludiremos a esta publicidad como "**Publicidad Reclamada**".

3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es engañosa por razón de que, a su entender, induce a creer que la anunciante es una entidad oficial del gobierno de Turquía, cuando en realidad es una entidad privada.
4. Traslada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él mantiene que la publicidad no es engañosa por la razón aducida por el particular en la reclamación por tres razones.
  - (i) En primer término, porque en la información que Balur Plus S.L. proporciona tanto en la página principal de la publicidad y, en el apartado "Términos y Condiciones", como en las secciones "Sobre Nosotros" y "Exención de responsabilidad" se indica que los servicios que se ofrecen en ella consisten en prestar asistencia a los usuarios para que puedan completar fácilmente su solicitud de visado y presentar esa solicitud frente a la autoridad competente para que pueda expedir su aprobación o denegación. Además, en la página principal, en la sección "Costes", también se señala claramente el precio que la

anunciante cobra por la prestación de ese servicio.

- (ii) En segundo lugar, porque la publicidad advierte que la anunciante es una entidad privada que no pertenece ni está afiliada al gobierno de la República de Turquía.
- (iii) Finalmente, porque tanto el nombre de dominio como la estructura, formato y contenido de la página web de Balur Plus S.L es completamente diferente del nombre de dominio y de la página web del gobierno de Turquía, lo cual impide que el consumidor pueda creer que Balur Plus S.L. es una entidad oficial del gobierno de Turquía.

## II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho 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**”), la cual dispone que:

*“1. Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. 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: (...) g) La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido”.*

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la Publicidad Reclamada es engañosa al entender que ésta induce a creer erróneamente que la entidad anunciante es una entidad oficial del gobierno de Turquía.
3. Esta Sección no puede compartir esta conclusión alcanzada por el particular. En este sentido, lo primero que conviene advertir es que ha quedado acreditado en este procedimiento que la copia de la publicidad aportada por el particular para sustentar su reclamación es incompleta. En particular, se ha aportado simplemente un pantallazo de una parte de la página web que se refleja en la pantalla del teléfono móvil una vez que se accede a ésta. Pero este Jurado ha podido comprobar que dicho pantallazo no refleja el contenido íntegro de la web. Antes bien, si se desliza la pantalla hacia abajo se podrá comprobar que la página web contiene diversa información adicional que es de indudable relevancia para la resolución del presente caso.
4. En efecto, si se atiende al conjunto de la página web (y no únicamente a la parte de la misma que se refleja en el pantallazo aportado por el particular) se puede comprobar que no hay elementos en la misma que sean por sí solos aptos para llevar a los destinatarios a creer erróneamente que la anunciante es una entidad oficial del gobierno de Turquía. Dicho de otra forma, no se encuentra en la página web alegación o expresión alguna apta para -considerándola en el conjunto de la web- llevar a los destinatarios a concluir que se trata de una página web oficial.
5. En cambio, la publicidad que nos ocupa sí contiene diversas alegaciones que permiten que un consumidor medio normalmente informado, razonablemente atento y perspicaz advierta que la

anunciante es una entidad privada. Así, en la primera página de la publicidad se indica que la anunciante trata de *“proporcionar el mejor y más eficiente servicio on-line de solicitud de visados”, “que sus consultores, expertos en viajes, guiarán todo el proceso de solicitud”* y que *“en caso de que la solicitud sea rechazada, se procederá a devolver todo el importe de la solicitud, incluidas las tasas que el Gobierno cobra por procesarla”*. Además, en esa misma página se informa del importe que la anunciante cobra por prestar ese servicio (*“79 dólares sin contar con la tasa que cobra el gobierno por la tramitación de la solicitud”*) y se señalan que éste incluye *“la revisión y verificación de los datos de la solicitud por parte de expertos en visados antes de presentarla al Gobierno”*. Adicionalmente, en la sección de política de privacidad, se señala: *“www.turkey-onlinevisa.com pertenece a Balur Plus, una empresa privada que ofrece servicios especializados de solicitud de visados online. Ayudamos a los viajeros a obtener visados de los gobiernos brindándoles asistencia especializada”*.

6. A todas esas alegaciones ha de sumarse aún el hecho, debidamente acreditado, de que tanto el nombre de dominio de la anunciante como la estructura, formato y contenido de su página web en la que se encuentra la Publicidad Reclamada son muy distintos del nombre de dominio y composición de la página web del gobierno de Turquía, lo cual también pone en guardia al consumidor sobre el carácter privado (y no oficial) de la anunciante.
7. En estas circunstancias, el Jurado ha de concluir que la Publicidad Reclamada no es apta para trasladar un mensaje erróneo sobre del carácter (oficial o privado) de la anunciante y, por tanto, que no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

## ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular, y trasladada al Jurado de Autocontrol por Advertising Standards Authority, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Balur Plus S.L.