

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular (Transfronteriza ASA)
Reclamada	Typeform S.L.
Nombre del asunto	Basic Plan 25 GBP up to 750 responses. Internet
Nº de asunto	110/R/JUNIO/2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	9 de julio de 2021

RESUMEN

Resolución de 9 de julio de 2021, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Typeform, S.L.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida por Internet por Typeform, en la que se promueve un programa de ordenador que permite crear cuestionarios on-line. En ella se contienen las siguientes alegaciones: *“Tu plan actual. Cree formularios que se adecúen a tu flujo de trabajo. 25 GBP al mes. 100 respuestas (hasta 750 respuestas)”*. Según alegaba el reclamante, la publicidad era engañosa en tanto que trasladaba que el plan de precios ofertado permite recoger hasta 750 respuestas en los formularios, cuando a él se le ha limitado a únicamente 100 respuestas.

El Jurado comprobó que en la publicidad íntegra tal como fue difundida (no en el extracto de la misma aportado por la reclamante) se explican claramente los distintos planes ofertados, entre los que figura un Plan Básico con 100 respuestas al mes, así como la posibilidad de llegar a las 750 respuestas con un recargo adicional. Además, quedó acreditado que el consumidor está obligado a seleccionar el Plan escogido (en el que se detalla el número de respuestas al mes en cada caso) antes de realizar la contratación. De esta forma, el Jurado no consideró que la publicidad reclamada fuese engañosa ni resultase incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

En Madrid, a 9 de julio de 2021, 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 Typeform S.L., y trasladada al Jurado de AUTOCONTROL por Advertising Standards Authority, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 24 de junio de 2021, un particular presentó un escrito de reclamación que fue trasladado al Jurado de AUTOCONTROL por Advertising Standards Authority, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Typeform S.L.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet por la empresa Typeform S.L. en la que se promueve un programa de ordenador que permite crear encuestas, formularios y otros cuestionarios *on-line* para recabar información. En ella se contienen las siguientes alegaciones: *“Tu plan actual. Cree formularios que se adecúen a tu flujo de trabajo. 25 GBP al mes. 100 respuestas (hasta 750 respuestas)”*.

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 alega, traslada el mensaje de acuerdo con el cual el plan de precios ofertado y que ha suscrito permite recoger hasta 750 respuestas de los formularios creados y, sin embargo, la anunciante le ha informado de que está a punto de rebasar el límite de 100 respuestas que tiene contratadas.
4. Traslada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad reclamada no es engañosa por las siguientes razones.

Primera, la captura de pantalla de la publicidad que ha aportado el particular es un recorte incompleto que no muestra toda la información que consta en la publicidad. En ella se muestran los diversos planes que el cliente puede contratar y se indica que el Plan Básico, que es el que el particular ha suscrito, incluye 100 respuestas al mes, con la posibilidad de llegar hasta 750 respuestas al mes pagando 6 GBP por cada 250 respuestas adicionales.

Segunda, una vez que el cliente escoge uno de los planes ofertados en la página principal de la publicidad, el sistema le redirige al proceso de contratación en el que se le muestra un resumen del contenido del Plan y de los servicios que éste incluye que, en el caso del Plan Básico, son 100 respuestas al mes, con posibilidad de incrementarlas hasta 750.

Finalmente, para evitar cualquier tipo de duda, se obliga al cliente a seleccionar cuántas preguntas quiere incluir en su Plan y, por tanto, tratándose del Plan básico, si desea incluir 100

respuestas al mes, o prefiere incluir más respuestas hasta un límite 750 respuestas al mes pagando 6 GBP por cada 250 respuestas adicionales.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de lo dispuesto en la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”), a tenor de la cual:

“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: (...) 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 considera que la publicidad reclamada induce a creer erróneamente que el Plan de precios Básico que oferta incluye 750 respuestas cuando en realidad sólo incluye 100.
3. Esta alegación debe ser desestimada. En efecto, ha quedado acreditado en este procedimiento que la impresión de la página web en la que aparece la publicidad reclamada aportada por el particular es incompleta y omite una parte significativa de la misma tal y como fue difundida. Si se atiende a la publicidad íntegra tal y como se difundió, se advierte que en ella se hace constar expresamente que el Plan Básico ofertado incluye 100 respuestas al mes, con la posibilidad de llegar hasta 750 respuestas al mes pagando 6 GBP por cada 250 respuestas adicionales. Lo aportado por el particular no es más que un resumen que la anunciante muestra al cliente una vez ha seleccionado su Plan de acuerdo con la información que se le ha proporcionado en un momento anterior y a la que acabamos de aludir.
4. Además, también ha quedado debidamente acreditado que, durante el proceso de contratación, la anunciante obliga al cliente a seleccionar cuántas preguntas quiere incluir en su Plan y, por tanto, en el caso del Plan básico, si quiere incluir 100 respuestas al mes o si prefiere incluir más respuestas hasta un límite 750 respuestas al mes pagando 6 GBP por cada 250 respuestas adicionales.
5. Siendo ello así, este Jurado ha de concluir que la publicidad reclamada 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 Typeform S.L.