

**ASUNTO N°: 077/R/MAYO 2004**

**AUC vs. DELL COMPUTER, S.A.**

**(“DELL II”)**

En Madrid, a 24 de mayo de 2004, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por \_\_\_\_\_, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra un anuncio del que es responsable la empresa DELL COMPUTER, S.A., emite la siguiente

**RESOLUCIÓN**

**I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado día 27 de abril de 2004, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC), presentó una reclamación contra un anuncio difundido en dos páginas web del que es responsable DELL COMPUTER, S.A., (en lo sucesivo, DELL).

2.- En ambas páginas se pueden leer las siguientes frases: *“Fotos no contractuales, Dell se reserva el derecho a cambiar precios y características técnicas sin previo aviso, todos los precios de los sistemas y las especificaciones están sujetas a cambio sin previo aviso, los productos mostrados en las fotografías pueden no coincidir con las especificaciones detalladas en el texto”.*

3.- Según la entidad reclamante, la publicidad reclamada es ilícita por la utilización, de las cláusulas *“fotos no contractuales”* y *“precios sujetos a cambio sin previo aviso”*. Según entiende la reclamante, ambas cláusulas son contrarias a lo establecido en la Ley 26/1984, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, donde se establece que el contenido de la oferta tiene carácter contractual, y por este motivo, los consumidores deberían tener un acceso inequívoco a las condiciones. Recuerda igualmente AUC que de conformidad con la aludida norma se considerará cláusula abusiva la reserva a favor del profesional de facultades de interpretación o modificación unilateral del contrato sin motivos válidos especificados en el mismo.

Por otra parte, señala la reclamante que, de conformidad con el Código Civil, *“la validez y el cumplimiento de los contratos no pueden dejarse al arbitrio de una de las partes”* y que *“los contratos se perfeccionan por el mero consentimiento y desde entonces obligan no sólo al cumplimiento de lo pactado, sino también a las consecuencias que según su naturaleza sean conformes a la buena fe, al uso y a la Ley”.*

Con respecto a la Ley General de Publicidad, AUC señala que en su virtud es ilícita la publicidad engañosa, entendiéndose por tal aquella que “de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico (...)”, siendo engañosa asimismo la que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error a los destinatarios.

En alusión al Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol, entiende la reclamante que se han infringido la norma 2 (Respeto a la legalidad), 4 (Buena fe) y 14 (Principio de veracidad).

Por todo lo anterior, AUC solicita del Jurado la declaración de la publicidad de Dell como ilícita, y que requiera su cese o rectificación inmediatos.

4.- Traslada la reclamación a DELL, dicha compañía, hasta la fecha no ha remitido contestación alguna.

## **II.- Fundamentos deontológicos.**

1.- A la vista de los hechos expuestos, cabe señalar que la controversia sobre la que debe pronunciarse esta Sección del Jurado es la de determinar si las expresiones “*fotos no contractuales*” y “*precios sujetos a cambio sin previo aviso*”, empleadas en las páginas web por la entidad reclamada, infringen la norma 4 del Código de Conducta Publicitaria. Cabe señalar que, a juicio de este Jurado, las citadas expresiones merecen un mismo análisis, por cuanto que ambas tienen unas mismas consecuencias, tal y como se detallará más adelante.

2.- Como es sabido, la norma 4 del Código de Conducta Publicitaria recoge el principio de respeto a la buena fe en los siguientes términos: “La publicidad no deberá constituir un medio para abusar de la buena fe del consumidor”. Así las cosas, esta Sección entiende que la utilización de las cláusulas “*fotos no contractuales*” y “*precios sujetos a cambio sin previo aviso*”, en el anuncio publicitario reclamado, infringen el principio de respeto de la buena fe del consumidor recogido en la citada norma. Esto es así, por cuanto que con la utilización de dichas expresiones se hace depender la adquisición de los productos promocionados con los precios señalados, en el primer caso, de la supuesta inexistencia de diferencias entre el modelo anunciado y la realidad; y, en el segundo caso, y lo que es aún peor, se sujeta la oferta al precio que finalmente el anunciante tenga a bien determinar (que puede no coincidir con el indicado en la publicidad), lo que por supuesto también desconocería el destinatario de la publicidad. Así pues, estas cláusulas introducen limitaciones unilaterales por el anunciante en la determinación del alcance de la oferta, quedando a su total arbitrio la concreción de sus límites, lo que constituye un claro abuso de la buena fe de los consumidores.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol,

## **ACUERDA**

**1°.-** Estimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una campaña de publicidad de la que es responsable la compañía Dell Computer, S.A.

**2°.-** Declarar que la publicidad reclamada infringe la norma 4 (Buena fe) del Código de Conducta Publicitaria.

**3°.-** Instar al anunciante la rectificación de la publicidad reclamada en el sentido expuesto en los fundamentos deontológicos de la presente resolución.