

PARTICULAR
vs.
REPSOL YPF, S.A.
(“REPSOL POSITION 2006”)

En Madrid, a 17 de Octubre de 2007, reunida la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Manuel Otero Lastres, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un Particular contra una publicidad de la que es responsable la entidad, REPSOL YPF, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 28 de septiembre de 2007, se dio traslado a la Secretaría del Jurado de Autocontrol por Confianza Online de una reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable REPSOL YPF, S.A. (en lo sucesivo, REPSOL).

2.- La publicidad reclamada consiste en una promoción llevada a cabo en la página Web www.repsolypf.com, y que lleva por nombre “Repsol Position, Pronostica, acierta y gana 2006”. Según la documentación aportada por la reclamante, en dicho sitio Web podía encontrarse la siguiente información: *“Viajes de ensueño a Rivera Maya: Los primeros en la clasificación general de cada especialidad, disfrutarán de 3 de viajes de ensueño para dos personas a la Rivera Maya, el paraíso del Caribe Mexicano. Los ganadores y sus acompañantes disfrutarán de 8 días (7 noches) en un auténtico destino con encanto, rodeado de magníficas playas y de las ruinas mayas más espectaculares, que harán que sea un viaje inolvidable. El viaje incluye el vuelo directo desde el aeropuerto de Barajas, en Madrid. Una vez allí, se encargarán de recogerlos y trasladarlos al magnífico hotel Gran Bahía Príncipe Rivera Maya resort (5 estrellas lujo), donde disfrutarán de todas las comodidades, las playas, el paisaje, en régimen de “todo incluido”. Todo lo necesario para asegurar a los ganadores y sus acompañantes una estancia inolvidable. Fin de semana en Roma: Los jugadores clasificados entre la 2ª y la 6ª posición en la clasificación general de cada especialidad, ganarán un fin de semana en Roma para dos personas. Visitarán la capital italiana durante 3 días (2 noches), alojándose en un céntrico hotel de cuatro* en régimen de alojamiento y desayuno. También se incluye el vuelo directo desde Barajas (Madrid) a Roma y traslados del hotel al aeropuerto.”*

En dicha página se puede acceder también a las bases Notariales del Concurso. En la cláusula Cuarta de las mismas, se establecen los Premios destinados a la promoción: *“[...] El primer clasificado conseguirá un viaje para dos personas de 8 días/ 7 Noches con destino Rivera Maya (México). Incluye avión ida vuelta Madrid en categoría turista; estancia en régimen de todo Incluido en el hotel de 5* Bahía Príncipe o similar. Habitación estándar; traslados de llegada y salida desde el aeropuerto al hotel y viceversa. El plazo para disfrutar estos premios será hasta el 30 de junio de 2007, fuera de temporada alta (Navidades, verano y Semana Santa) y siempre sujeto a confirmación de plazas. Del 2º al 5º clasificado: Un fin de semana para dos personas de 3 días/ 2 noches en Roma. Incluye avión ida y vuelta Madrid en categoría turista; estancia en*



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

régimen de alojamiento y desayuno en el hotel de 4 o similar. Habitación estándar; traslados de llegada y salida desde el aeropuerto al hotel y viceversa. El plazo para disfrutar estos premios será hasta el 30 de junio de 2007, fuera de temporada alta (Navidades, verano y Semana Santa) y siempre sujeto a confirmación de plazas”.*

En otro orden de cosas, la cláusula Sexta, referente a los sorteos, añade: “[...] Se perderá automáticamente todo derecho a cualquiera de los premios sorteados en esta promoción si se ha participado en la misma con 5 o más usuarios diferentes. Se considerará la misma persona cuando coincida nombre y apellidos, quedando incluidas las iniciales de los nombres o el DNI.” Por su parte, la cláusula Séptima de dichas bases establece: “Publicación de los ganadores. REPSOL YPF S.A., comunicará el nombre de los ganadores de cada prueba y enviará un correo electrónico a la dirección que exista en los datos de registro de repsolypf.com, con la comunicación del premio [...] A todos los ganadores de los viajes de la clasificación general así como al ganador del coche se les enviará un correo electrónico a la dirección que conste en sus datos de registro de repsolypf.com, con la comunicación del premio obtenido. Para entregarles el premio deberán contestar a dicho correo confirmando la aceptación del premio, así como los datos de envío. Si alguno de los premiados no contesta al correo electrónico en 15 días naturales después del envío del correo electrónico con la confirmación del premio, pierde el derecho a éste [...]”

En la cláusula Décima, de otro lado, se establece: “[...] En el caso de que REPSOL YPF, S.A. o cualquier entidad que esté ligada profesionalmente a la presente Promoción detecten cualquier anomalía o sospechen que un participante esté impidiendo el normal desarrollo de la promoción alterando ilegalmente su registro o sus puntuaciones mediante cualquier procedimiento técnico o informático para así falsear los resultados, podrán de forma unilateral eliminar la inscripción de ese participante [...] Por tanto, REPSOL YPF, S.A. se reserva el derecho de eliminar del registro (y por tanto del ranking y de la posibilidad de lograr premios) a cualquier jugador que evidencie o del que se sospeche una actuación irregular en el sentido antes descrito. Décimo Segunda: [...] El envío voluntario de los datos personales solicitados para participar en la presente promoción, incluida la dirección de correo electrónico (e-mail), supone el consentimiento del consumidor para que REPSOL YPF, S.A., por sí misma o a través de otras entidades que lleven a cabo la gestión o tramitación de los datos, los traten automáticamente con fines exclusivamente comerciales, pudiendo incorporar dichos datos a un fichero automatizado de datos de carácter personal de REPSOL YPF, S.A. (Pº de la Castellana 278-280, 28046 Madrid), para futuras acciones promocionales y comerciales de la Compañía en relación con sus productos y servicios. El responsable del tratamiento del fichero no será la citada Compañía. Al facilitar la dirección del correo electrónico el consumidor autoriza a la utilización de este medio para la recepción de comunicaciones comerciales de dicha Compañía. El consumidor tiene derecho a acceder a este fichero y a rectificar, oponerse o cancelar sus datos, debiendo comunicarlo a la dirección de correo electrónico repsolypf.com. Décimo Tercera: Los participantes por el mero hecho de participar en la presente promoción aceptan sus bases y el criterio de REPSOL YPF, S.A. en cuanto a la resolución de cualquier cuestión derivada de la presente promoción. Décimo Cuarta: “REPSOL YPF no se responsabiliza de las posibles pérdidas, deterioros, retrasos o cualquier otra circunstancia imputable a terceros que puedan afectar a 'los envíos postales o electrónicos o a las líneas telefónicas' de esta manera, REPSOL YPF no será responsable de las posibles deficiencias o caídas de las líneas de telecomunicaciones, ni del mal funcionamiento de las páginas web involucradas en la presente promoción, por causas ajenas al promotor, ni de los servicios que cualquier otra entidad con la que ésta colabore, presten a los agradecidos como consecuencia de los premios entregados.”



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

3.- El reclamante considera que se trata de un supuesto de publicidad engañosa, ya que en las bases de la promoción se establece que se publicará el nombre de los ganadores de los viajes (a Roma y a Rivera Maya) en la misma Web, y, sin embargo, -afirma- dicha publicación nunca se ha producido. Por este motivo, el particular considera engañosas las bases del concurso *ya que las mismas resultan vinculantes para el anunciante*. Por otra parte sostiene el reclamante que REPSOL nunca ha respondido a sus requerimientos de información sobre quiénes fueron los ganadores y si se les han entregado ya los premios, por lo que cuestiona asimismo la existencia de dichos viajes.

4.- De este modo, sostiene la reclamante que dicha actuación vulnera el artículo 7.2 del Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva, relativo a la necesidad de que *“las promociones publicitarias en medios electrónicos de comunicación a distancia respondan a los principios de legalidad, veracidad y buena fe, sin que puedan constituir nunca un medio para abusar de la buena fe de sus destinatarios, ni explotar su posible falta de experiencia o conocimientos”*.

5.- Añade el reclamante que REPSOL ha eliminado a día de hoy dicha promoción de su pagina Web, suspendiendo así un concurso llevado a cabo durante 4 años, y sustituyéndolo por otro parecido. Sostiene asimismo que las bases del nuevo concurso se modifican en el punto (cláusula décima) en el que se basa la reclamada para no entregarle los premios que, a juicio del particular reclamante, le correspondían.

6.- Trasladada la reclamación a REPSOL en fecha 11 de octubre de 2007, ésta presentó escrito de contestación en plazo, sosteniendo la licitud de la publicidad objeto de este procedimiento.

7. Con carácter previo, la reclamada aduce la falta de legítimo interés y de buena fe por parte del reclamante, pues, a su entender, la verdadera causa que subyace a la reclamación interpuesta, si bien no es la causa principal de este procedimiento, es que el reclamante no está de acuerdo con los motivos por los que fue descalificado del concurso. De este modo –continúa-, el reclamante, haciendo un uso abusivo de la posibilidad que brindaba el concurso de que una persona participase en el mismo con más de un nombre de usuario, se registró en un número desproporcionado de ocasiones (aporta la reclamada el dato de que constan 1.288 usuarios registrados con el mismo número de teléfono y dos direcciones distintas), con la finalidad de alterar el normal desarrollo de la promoción, razón por la cual fue finalmente descalificado del concurso.

8.- Entrando en el fondo de la cuestión, REPSOL considera que la promoción reclamada no constituye un supuesto de publicidad engañosa. En efecto, afirma que los ganadores no fueron publicados en el año 2006 en la página Web para asegurar la intimidad de los premiados. Afirma la reclamada que *“en concursos anteriores se había limitado el acceso a la página de Ganadores a los usuarios registrados, pero en esta edición se eligió permitir únicamente a los registrados que conociesen su situación en el ranking general”*. Tras un análisis interno de la compañía –prosigue- se consideró que no se había advertido suficientemente a los participantes sobre dicha posibilidad, por lo que se adoptó la decisión de no publicar la lista de los ganadores, así como la de no dar a conocer a ningún usuario los nombres de demás usuarios situados en distintas posiciones del ranking.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

9.- En cualquier caso –afirma la reclamada- es necesario precisar que las bases del concurso no obligan a publicar la lista de los ganadores, sino a realizar las correspondientes comunicaciones a los ganadores, siendo la comunicación por correo electrónico la vía estipulada para poder acceder a los premios y la elegida para poder preservar la intimidad de los participantes.

10.- En último lugar, REPSOL pone a disposición del Jurado de la Publicidad el listado de los ganadores de la citada promoción.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En el supuesto de hecho que nos ocupa, la reclamante entiende que la publicidad objeto del presente procedimiento infringe el principio de veracidad recogido en la Norma 14 del Código de Conducta Publicitaria, y cuyo tenor literal es el siguiente: *“La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera, incluida su presentación, o en razón de la inexactitud de los datos sustanciales contenidos en ella, o por su ambigüedad, omisión u otras circunstancias, induce o puede inducir a error a sus destinatarios”*.

2.- Sostiene la reclamante, a este respecto, que Repsol no procedió a la publicación en la web de los ganadores del concurso, tal y como se había afirmado en la publicidad. En segundo lugar, alega el carácter engañoso de la publicidad afirmando que a él se le impidió participar en la promoción al haber sido descalificado. Y, por último, duda de que se haya producido la entrega efectiva de los premios prometidos en la publicidad.

3.- No obstante, a la vista de la documentación aportada por la parte reclamada (Acta Notarial del Sorteo “Repsol Position 2006”, Listado de Usuarios utilizados por el reclamante, Certificaciones expedidas por “Viajes el Corte Inglés” y “Soltour”), este Jurado ha podido comprobar que ha quedado acreditado que en las bases del concurso no se mencionaba la exigencia de la publicación de los ganadores del concurso en la página web; simplemente se preveía la obligación de comunicar el nombre de los ganadores de cada prueba y enviar un correo electrónico a la dirección que exista en los datos de registro de repsolypf.com, con la comunicación del premio obtenido, obligación ésta que ha sido cumplida, tal y como ha acreditado la reclamada.

4.- Por otra parte, la Sección Segunda entiende que también ha quedado acreditado que las bases del concurso preveían, para el caso de detección de anomalía o sospecha de que un participante estuviera impidiendo el normal desarrollo de la promoción alterando ilegalmente su registro, la eliminación de la inscripción de ese participante y por tanto del ranking y de la posibilidad de lograr premios. En este mismo sentido, el Jurado considera asimismo acreditado que la descalificación del reclamante (a la luz de la documentación aportada por Repsol) se ha producido por una causa aparentemente justificada y expresamente prevista en las bases del concurso.

5.- Por último, la reclamada también ha acreditado suficientemente la existencia y la entrega de los premios, de modo que no existe en el expediente elemento alguno que permita dudar de estas circunstancias.



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

Por consiguiente, procede la íntegra desestimación de la reclamación que ha dado origen al presente procedimiento, puesto que, una vez atendida la documentación aportada por la reclamada, no existe elemento alguno en el expediente que permita apreciar la existencia de una infracción del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad difundida en Internet de la que es responsable la compañía REPSOL YPF, S.A.