



Resolución de 28 de enero de 2016 de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L.

La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad analizada no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) ni el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online.

Resumen de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Olivo Sastre Correduría de Seguros S. L. (Seguro Joven)**  
**“Seguro Joven Ampliado”**

Resolución de 28 de enero de 2016 de la Sección Segunda del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida en la página web de la reclamada en la que se ofertaba el producto seguro joven y en la que el usuario podía calcular el precio y garantías cubiertas por el mismo para su vehículo, cumplimentando los datos que allí se indicaban.

El reclamante alegaba que la publicidad era engañosa en la medida en que no era posible contratar el seguro promocionado con las características que aparecían en la página web pues, según le informaron durante el proceso de contratación, el producto seleccionado arrojaba un presupuesto superior al ofertado inicialmente y no cubría las garantías indicadas en dicha página.

Sin embargo, el Jurado entendió que la publicidad reclamada no era engañosa y, por tanto, no infringía la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni el artículo 3.1 del Código Ético de Confianza Online. Así, en primer lugar, y ateniendo a las pruebas aportadas, el Jurado consideró que no había problema de engaño respecto de los precios ofertados en la página web, en la medida que quedó probado que la reclamante había introducido incorrectamente la fecha de obtención del carné de conducir arrojando un presupuesto superior al ofertado inicialmente. Por otro lado, el Jurado entendió suficientemente acreditado que los precios y las garantías ofertadas se mantenían a lo largo del proceso de contratación, salvo que el consumidor optara por una opción de pago más económica.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Olivo Sastre Correduría de Seguros S. L. (Seguro Joven)**  
**(“Seguro Joven Ampliado”)**

En Madrid, a 28 de enero de 2016, reunida la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L. emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

### **I.- Antecedentes de hecho.**

1.- El pasado 21 de diciembre de 2015, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad realizada por Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L. en su página web [www.segurojoven.com](http://www.segurojoven.com), en la que se oferta el producto *segurojoven* y el usuario puede calcular el precio y garantías cubiertas por el mismo para su vehículo cumplimentando los datos que allí se indican.

En adelante, aludiremos a ella como la “Publicidad reclamada”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la publicidad reclamada es engañosa, pues, según alega, los precios y garantías del producto *segurojoven* ofertadas a través de la web [www.segurojoven.com](http://www.segurojoven.com) no son ciertos. Y ello, según expone el particular, porque procedió a calcular el precio del seguro promocionado de su ciclomotor consignando todos los datos que se requerían al efecto y, pese a obtener un presupuesto para la opción básica de 242€ y uno para la opción de terceros ampliados que no podía fraccionarse de 237€ e intentar contratar esta última opción, la reclamada le informó de que no era posible, que no podía contratar el seguro ampliado y que la opción más económica en su caso introduciendo sus datos arrojaba un presupuesto de 380€ y, el seguro en cuestión, termina afirmando el particular, no cubría nada que lo que se ofrecía en la página web principal de la reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L., ésta presentó escrito de contestación en el que defiende que la publicidad reclamada no es engañosa.



En particular, la reclamada sostiene y acredita que los precios y garantías ofertadas a través de la web [www.segurojoven.com](http://www.segurojoven.com) son ciertos. Según ella, si se indica correctamente la fecha de carné de conducir que figura en el carné aportado por el reclamante, cosa que, según afirma la reclamada, el particular no hizo toda vez que consignó como fecha de obtención del carné de conducir el día 27 de noviembre de 2011 en lugar del día 27 de noviembre de 2012 que es la fecha correcta, se obtiene el siguiente presupuesto: un precio para la opción básica de 275€ y de 253€ para la opción de terceros ampliados.

La compañía que en ambos casos oferta el terceros básico, sigue exponiendo la reclamada, es LEquite y la compañía que en ambos casos oferta el terceros ampliados es Sovag. La elección de una u otra queda, según sostiene Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L., en manos del usuario según desee contratar una póliza más económica y con mejores garantías pagándola anualmente, o bien una con peores garantías y más cara pero con mayores facilidades de pago, pues naturalmente, afirma la reclamada, Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L., no obliga a ningún cliente a contratar con unas compañías u otras o a contratar determinadas garantías.

En este caso en concreto, según la reclamada, si el reclamante descarta la opción de Sovag porque quiere pagar la póliza semestralmente, y esta opción la ofrece sólo la compañía LEquite, pierde las coberturas del terceros ampliados que son, accidentes del conductor, asistencia en viaje y tendría que pagar dos recibos de 143 € al año, es decir 286 € y no 380 € como indica el reclamante.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de 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 3 del Código Ético de Confianza Online y en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (**en lo sucesivo, el “Código de Autocontrol”**).

Según el primero de estos dos preceptos, *“la publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia deberá ser conforme a la ley aplicable, leal, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional”*

Por su parte, la norma 14 del Código de Autocontrol dispone lo siguiente: *“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: a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio. b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter*



*apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio; (...)*  
e) *El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.. (...)*

**2.-** Pues bien, en el caso que ahora nos ocupa, el particular reclamante –como se ha reflejado en los antecedentes de hecho- parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta puede inducir a error sobre el precio de los seguros ofertados y de los riesgos cubiertos por éstos.

En concreto, el particular reclamante alega que procedió a calcular el precio del seguro promocionado de su ciclomotor consignando todos los datos que se requerían al efecto en la página web de la reclamada y que obtuvo un presupuesto de 242€ para la opción básica y de 237€ para la opción de terceros ampliados que no podía fraccionarse, cuando lo cierto es que, según le informaron al tratar de proceder a contratar esta última opción, ni es posible contratar este seguro ampliado, ni el precio es el mismo pues ahora resulta ser de 380€ y el seguro no cubre nada de lo que se ofrece en la página web principal de la reclamada.

**3.-** Sin embargo, y contrariamente a lo que sostiene el particular, la reclamada ha aportado prueba suficiente para acreditar la veracidad de la publicidad reclamada y, en concreto, de los precios y garantías de los seguros que ofrece a través de la web [www.segurojoven.com](http://www.segurojoven.com)

En efecto, la reclamada, junto con su escrito de contestación, ha aportado al presente procedimiento el pantallazo de los datos personales introducidos por el reclamante en la tarificación, en el que puede observarse que el usuario introduce incorrectamente la fecha de obtención del carné de conducir, pues indica que es el día 27 de noviembre de 2011 en lugar del día 27 de noviembre de 2012 que es la fecha correcta, lo que arroja el presupuesto indicado por el reclamante en su reclamación; esto es: 242€ para la opción básica y 237€ para terceros ampliados. La reclamada también ha aportado el pantallazo del precio que se obtiene introduciendo correctamente la fecha del carné de conducir que figura en el carné aportado por el reclamante y es el siguiente: un precio para la opción básica de 275€ y de 253€ para la opción de terceros ampliados.

Además, también ha aportado en su escrito prueba de que dichos precios se consiguen contratando con una concreta compañía (Sovag) que sólo ofrece la modalidad de pago único.

La reclamada, por último, acredita que si el reclamante –como aparentemente pretendió- descarta la opción de Sovag (a la que se referían los precios promocionados) porque no quiere realizar un pago único y quiere pagar la póliza semestralmente, esta opción la ofrece sólo la compañía LEquite, por lo que se pierden las coberturas del terceros ampliados y se tienen que pagar dos recibos de 143 € al año, es decir 286 € y no 380 € como indica el reclamante.



4.- Siendo ello así, la valoración conjunta de todos los elementos obrantes en el expediente y que constan en el procedimiento no permite a esta Sección encontrar ningún elemento que permita negar la veracidad de los precios y garantías de los seguros ofertados a través de la web [www.segurojoven.com](http://www.segurojoven.com). Ni tampoco que la elección entre la LEquite y la compañía Sovag queda en manos del usuario según desee contratar una póliza mas económica y con mejores garantías pagándola anualmente, o bien una con peores garantías y más cara pero con mayores facilidades de pago.

En consecuencia, entiende el Jurado que, en el caso que nos ocupa, la publicidad analizada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol ni la norma 3 del Código Ético de Confianza Online.

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

#### **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Olivo Sastre Correduría de Seguros, S.L.