



Resolución de 21 de enero de 2016, de la Sección Sexta del Jurado, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Catalunya Banc, S.A. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía vulneración de la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) ni de la norma 3 del Código Ético de Confianza Online.

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs Catalunya Banc S.A.**  
**“Pack digital 0 comisiones”**

Resolución de 21 de enero de 2016, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra la empresa Catalunya Banc, S.A.

La reclamación se formula frente a la publicidad de una oferta promocional difundida en internet y, en particular, en la página web de Catalunya Banc. En ella, puede observarse un banner con el siguiente mensaje: *“Hazte cliente CX aquí y... / llévate el pack digital 0 comisiones”*.

La Sección entendió que la publicidad reclamada no infringía lo dispuesto en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) y en la norma 3 del Código Ético de Confianza Online, en la medida que no encontró elemento alguno que permitiera negar la veracidad del mensaje transmitido en la publicidad en relación con las condiciones para acceder a la oferta promocional. En efecto, la reclamada aportó prueba suficiente para acreditar que el Pack Digital 0 Comisiones promocionado se obtenía únicamente haciéndose cliente de la entidad, como decía su publicidad, sin estar la oferta sometida a ningún otro requerimiento.



**ASUNTO Nº: 027/R/ENERO 2016  
Particular vs Catalunya Banc S.A.  
("Pack digital 0 comisiones")**

En Madrid, a 21 de enero de 2016, reunida la Sección Sexta 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 empresa Catalunya Banc, S.A. emite la siguiente

## **RESOLUCIÓN**

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

1.- El pasado 11 de enero de 2016, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Catalunya Banc, S.A.

2.- La reclamación se dirige contra una oferta promocional realizada por Catalunya Banc, S.A en su página web. En ella, puede observarse un banner con el siguiente mensaje: "*Hazte cliente CX aquí y... / llévate el pack digital 0 comisiones*".

En adelante, aludiremos a ella como la "Publicidad reclamada".

3.- Según expone en su escrito de reclamación, la particular considera que la publicidad reclamada es engañosa, pues, según alega, da a entender que haciéndote cliente de Catalunya Banc se obtiene el denominado "*pack digital 0 comisiones*", cuando lo cierto es que, en caso de tener una edad superior a 31 años, para ello es preciso cumplir ciertos requisitos, a saber: ingresos mínimos, compras con tarjeta y domiciliación de recibos que no se recogen en la página web principal de la reclamada.

En efecto, según expone la particular, dado que no pudo cumplimentar el formulario para contactar con Catalunya Banc para hacerse cliente y obtener el Pack ofertado, llamó al servicio de atención al cliente de esa empresa, donde se le informó de que para acceder al Pack de productos gratuitos reseñados había que domiciliar la nómina y que para conocer todas las condiciones de la oferta era necesario dirigirse al apartado "Cuentas" de la web de la reclamada, activar los vínculos de la parte superior y, a continuación, dirigirse al apartado "Pack 0 Comisiones y mucho más con tu NÓMINA".



Así, pues, continúa exponiendo el particular, sólo siguiendo esta ruta se llega a la página web adecuada en la que, pese a que se reitera una vez más que todos los productos ya reseñados son gratuitos, puede verse una pestaña en la parte inferior de la página que, al ser activada, despliega las condiciones de la oferta y permite advertir al usuario que, en realidad, los productos no son gratuitos sino que, en caso de tener una edad superior a 31 años, están supeditados al cumplimiento de ciertos requisitos de ingresos mínimos, compras con tarjeta y domiciliación de recibos.

4.- Traslada la reclamación a Catalunya Banc S. A., ésta presentó escrito de contestación el 18 de enero de 2016 en el que defiende que la publicidad reclamada no es engañosa. En particular la reclamada sostiene y acredita que Catalunya Banc ofrece un pack digital 0 comisiones que se contrata por internet y que no tiene ningún requisito especial para acceder al mismo y que la información de dicho pack digital que se proporciona en la publicidad y en su página web es correcta y veraz.

## 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.. (...)14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico”*.

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 las condiciones de la oferta.

En concreto, el particular reclamante alega que la publicidad reclamada da a entender que haciéndote cliente de Catalunya Banc se obtiene el denominado “*pack digital 0 comisiones*”, cuando lo cierto, de nuevo según el particular, es que, en caso de tener una edad superior a 31 años, para ello es preciso cumplir ciertos requisitos, a saber: ingresos mínimos, compras con tarjeta y domiciliación de recibos que no se recogen 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 la alegación “*Hazte cliente CX aquí y... / llévate el pack digital 0 comisiones*”.

En efecto, la reclamada, junto con su escrito de contestación, ha aportado al presente procedimiento una copia de las páginas web a las que dirigen los banner objeto de reclamación, páginas web en las que se hace constar expresamente que el pack digital 0 comisiones no está sometido a ningún requerimiento.

**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 del mensaje transmitido en la publicidad.

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 Sexta del Jurado de Autocontrol

## **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Catalunya Banc, S.A.