



ASUNTO Nº: 161/R/JUNIO 2016
Particular (Confianza Online) vs. Avanza Spain, S.A.U
(“Avanza”)

En Madrid, a 13 de julio de 2016, reunida la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a. Teresa de Gispert Pastor para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Avanza Spain, S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 29 de junio de 2016, la Secretaría Técnica de Confianza Online dio traslado a la Secretaría del Jurado de la Publicidad de Autocontrol de un escrito de reclamación presentado por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Avanza Spain, S.A.U.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet y, en concreto, en la página *web* de la reclamada, www.avanzabus.com, en la que se promueve la adquisición de billetes de autobús. 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 sostiene, tras finalizar el proceso de compra del billete ofertado a través del sitio *web* de la reclamada, le apareció un *pop-up* publicitario en el que la reclamada informa sobre la posibilidad de recibir un reintegro de determinada cuantía económica para la próxima compra, simplemente activando el vínculo rotulado con la expresión “Continuar”. Sin embargo, según afirma el reclamante, al pinchar en dicho vínculo se produce una suscripción mensual con otra compañía con cargo a la tarjeta bancaria utilizada durante la compra, sin mayor abundamiento en términos o condiciones.

Por todo ello, el particular solicita la supresión de la publicidad reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa Avanza Spain, S.A.U, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, la reclamada sostiene en primer término, que el *pop-up* que aparece tras realizar la compra del billete puede suprimirse y seguir con la compra del mismo o pueden aceptarse las condiciones que se indican en la página *web* y continuar con la compra. Mas, según mantiene la reclamada, en



ningún momento se obliga al cliente a vincular y aceptar la suscripción siendo los propios usuarios los que aceptan o no. En segundo término, la reclamada manifiesta que la aparición del *pop-up* y consiguiente suscripción mensual con cargo a la tarjeta bancaria utilizada durante la compra es un hecho ajeno a la empresa Avanza Spain, S.A.U, ya que la empresa Privilegios no pertenece a la misma, pudiendo por su parte, en el caso de aceptación, darse de baja llamando al teléfono de la empresa que lo gestiona.

II.- Fundamentos deontológicos.

1- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente procedimiento 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 AUTOCENTROL 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: “*1. 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: (...) 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 reclamante considera engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta puede inducir a error sobre una ventaja específica con respecto de la oferta promovida, toda vez que, tras finalizar el proceso de compra de los billetes ofertados a través del sitio *web* de la reclamada, aparece un *pop-up* publicitario que parece informar acerca de la posibilidad de recibir un reintegro de determinada cuantía económica para la próxima compra simplemente activando el vínculo rotulado con la expresión “Continuar”. Pero, según alega el reclamante, de lo que se trata en verdad es de una página *web* donde se ofrece una suscripción mensual con otra compañía.

3.- Pues bien, esta Sección comparte la conclusión alcanzada por el particular en punto al riesgo de inducción de error que genera la publicidad respecto de la posibilidad de obtener un reintegro simplemente activando el vínculo “continuar”. En efecto, ha quedado acreditado en este procedimiento mediante la impresión de un pantallazo que, en la página *web* de la reclamada donde ésta ofrece la adquisición de



billetes de tren, una vez que el usuario ha realizado la compra del correspondiente billete/s aparece un pop-up bajo el *nomen* "continuar", en el que literalmente se afirma lo siguiente "Tu compra se ha realizado correctamente. ¡Haz click en continuar para recibir 18,67 euros de reembolso en tu próxima compra gracias a avanzabus.com!". Sin embargo, lo cierto es que cuando el usuario activa este vínculo no obtiene reembolso alguno (y, en concreto 18,67 euros) para la próxima compra de billetes en la página *web* de la reclamada, sino que al hacerlo se le redirige a la página web de otra compañía distinta, llamada "Privilegios en Compras", donde se le ofrece una suscripción mensual a sus servicios. Siendo necesario contratar dicha suscripción mensual para obtener un reembolso en la siguiente reserva de Avanzabus.

En estas circunstancias, es claro a juicio de este Jurado que la publicidad reclamada es apta para inducir a error a los destinatarios sobre la obtención de una ventaja específica en relación con el precio de la oferta, aunque sea para futuras adquisiciones, en la medida en que la información vertida en ella de manera destacada (esto es: "¡Haz click en continuar para recibir 18,67 euros de reembolso en tu próxima compra gracias a avanzabus.com!".) no se corresponde con la realidad. En efecto el consumidor, lejos de obtener un reembolso para la siguiente compra en la *web* de la reclamada al pulsar el botón continuar, se ve redirigido a la página web de un tercero donde lo que se le ofrece es la posibilidad de contratar una suscripción mensual de sus servicios . Todo lo cual impide que el consumidor pueda comprender adecuadamente el contenido y el alcance real de la oferta y que pueda ver frustradas sus expectativas de obtener el reembolso de su compra únicamente pulsando el botón continuar que aparece en el banner objeto del presente procedimiento.

4.- Por lo demás, y contrariamente a lo sostenido por la reclamada en su escrito de contestación, el hecho de que el usuario pueda suprimir el *pop-up* que aparece tras realizar la compra del billete y seguir con la compra del mismo o que pueda aceptar las condiciones que se indican en la página *web* y continuar con la compra e incluso darse de baja a la suscripción, en nada altera la anterior conclusión. Y ello, por razón de que, como es evidente, ese hecho en nada afecta a la posibilidad de que el consumidor medio razonablemente informado, atento y perspicaz pueda ser inducido a error al leer la alegación contenida en el *pop-up* publicitario que aparece en la página *web* de la reclamada.

5.- Por otra parte, que la empresa responsable de la página web a la que dirige el banner objeto del presente procedimiento sea de una empresa distinta e independiente de la reclamada, tampoco exonera a la empresa Avanza Spain, S.A.U (contrariamente, también, a lo afirmado por la misma en su escrito), de su responsabilidad, pues no en vano la publicidad reclamada aparece en su propia página *web*; esto es: en la página *web* de Avanza Spain, S.A.U.

6.- En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Autocontrol y la norma 3 del Código Ético de Confianza Online.



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

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Avanza Spain, S.A.U.

2º.- Declarar que la publicidad reclamada vulnera la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol y el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

3º.- Instar a la empresa Avanza Spain, S.A.U, el cese de la publicidad reclamada.