



ASUNTO Nº15/R/ENERO 2017
Particular (Confianza Online) vs. Centros Comerciales Carrefour S.A.
(“Ahórrate el IVA en Internet”)

En Madrid, a 9 de febrero de 2017, reunida la Sección Tercera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Antonio Velasco San Pedro para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una conducta de la que es responsable la empresa Centros Comerciales Carrefour S.A. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 27 de enero de 2017, la Secretaría de Confianza Online dio traslado a la Secretaría del Jurado de Autocontrol de una reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Centros Comerciales Carrefour, S.A.

2.- La reclamación se dirige contra una oferta promocional realizada por la empresa Centros Comerciales Carrefour, S.A. en su página *web* y lanzada el 13 de enero de 2017 consistente en el ofrecimiento de compra de ciertos productos comercializados por la reclamada sin IVA.

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, y puede suponer una vulneración del artículo 3 (Principios generales) del Código Ético de Confianza Online. El argumento que vierte para sustentar esta conclusión radica en que detectó, con anterioridad a la entrada en vigor de la promoción “Ahórrate el IVA”, una subida de precio del producto (TV LED LG 49UH610) a través del sitio *web* de la reclamada, siendo éste más elevado durante la campaña que sin estar la misma en activo. La gravedad de este hecho estriba, según el particular, en que constituye una práctica irregular en materia de consumo subir el precio de un producto dentro de un periodo promocional y enmascarar la promoción con el ofrecimiento de la adquisición del producto sin IVA.

Por todo ello, la reclamante solicita que el Jurado inste a la reclamada al cese de la publicidad controvertida.



4.- Traslada la reclamación a Centros Comerciales Carrefour, S.A., esta empresa ha presentado en plazo escrito de contestación. En él, advierte que la impresión de pantalla (consistente en un determinado modelo de televisor y su precio) aportada por el reclamante como prueba en su escrito de reclamación no acredita la circunstancia que se achaca a la publicidad controvertida. Y ello, por la simple razón de que la fecha de esa impresión (en concreto 27 de enero de 2017) es posterior a la fecha en la que se inició la promoción “Sin IVA” ofertada por Carrefour; esto es, el día 13 de enero de 2017, lo cual, según la reclamada es suficiente para desestimar la reclamación.

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 el artículo 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: *“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, en el caso que nos ocupa, el particular reclamante parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta induce a error sobre una de las condiciones de la oferta y en particular, su precio. En concreto, el particular mantiene que la promoción de la reclamada denominada “Sin IVA” es engañosa, pues la reclamada, durante el período promocional, ha asignado al producto promocionado un precio ordinario de venta (antes de aplicar la ventaja promocional) superior a aquel al que se ofertaba tal producto antes de que empezara la mencionada promoción.

3.- Pues bien, este Jurado ha procedido a revisar atentamente el escrito de reclamación del particular y la prueba aportada por el mismo para sustentar sus alegaciones. Y lo cierto es que las pruebas aportadas por el particular no sustentan de manera suficiente las alegaciones en las que apoya su reclamación. En efecto, para acreditar el precio aplicado al producto antes del inicio de la promoción, el particular reclamante aporta una impresión de pantalla cuya fecha de obtención (27 de enero de 2017) es claramente posterior a la fecha en la que la reclamada inició la promoción; esto es, el día 13 de enero de 2017.



Por consiguiente, difícilmente la prueba aportada puede acreditar que, durante el período promocional, la reclamada asignó al producto promocionado un precio ordinario de venta (antes de aplicar la ventaja promocional) superior a aquel al que se ofertaba tal producto antes de que empezara la mencionada promoción. En efecto, no existe en el expediente prueba alguna del precio al que era vendido el producto con anterioridad al inicio de la promoción.

4.- En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa, una vez atendidas las alegaciones y pruebas obrantes en el expediente, no existe elemento alguno que permita afirmar que la publicidad reclamada infringe el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online o la norma 14 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable Centros Comerciales Carrefour, S.A.