



ASUNTO Nº 117/R/AGOSTO 2018 Particular (Confianza Online) vs. Kovyx Service, S.L. “Spa Bestway Maldives”

En Madrid, a 19 de septiembre de 2018, reunida la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Kovyx Service, S.L., y trasladada al Jurado por la Secretaría de Confianza Online, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 6 de agosto de 2018, la Secretaría de Confianza Online dio traslado al Jurado de AUTOCONTROL de la reclamación interpuesta por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Kovyx Service S.L.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la reclamada en la que se ofrece un producto denominado “Spa Bestway Maldives”, y en la se mencionan varias de sus características y, entre ellas, que es “fácil de montar”, idea que se reitera en la parte inferior de la publicidad con la expresión “Muy sencillo de montar y desmontar”, y que “no necesita herramientas”.

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 porque, según sostiene, en ella se afirma que el producto que ofrecen, esto es: “Spa Bestway Maldives”, es de fácil montaje, que no precisa herramientas y que es un producto portátil cuando ello no es cierto. Y ello, habida cuenta de que, según afirma el particular, en el manual de instrucciones de montaje de ese producto aparece una nota que recomienda la instalación, por parte de un profesional, de una toma de tierra independiente para conectarla a la bomba de inflado.

4.- Traslada la reclamación a la empresa Kovyx Service S.L. ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, manifiesta que la publicidad controvertida no es engañosa, pues el producto que en ella oferta es, a su entender, de fácil montaje, tal y como se como indica en la publicidad y queda reflejado en los pantallazos aportados por el particular, y necesita herramientas básicas (destornillador o similar) para su ajuste.



II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a 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 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (publicidad engañosa), (en lo sucesivo, el “**Código de AUTOCONTROL**”).

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: 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”.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la Publicidad Reclamada es engañosa, pues en ella se afirma que el producto promocionado es de fácil montaje y que no precisa herramientas cuando ello no se corresponde con la realidad.

3.- Pues, bien, en el caso que ahora nos ocupa, la Publicidad Reclamada incluye una mención clara e inequívoca según la cual el producto que se promueve es de fácil montaje.

Sin embargo, el particular que ha instado el presente procedimiento ha acreditado que en las instrucciones de montaje del producto se recomienda que un electricista cualificado se encargue de su instalación y, en particular, que conecte la bomba de hidromasaje a una terminal de toma de tierra mediante un conductor de cobre.

4.- En estas circunstancias, debe concluirse que la Publicidad Reclamada es incompatible con la norma 14 del Código de AUTOCONTROL. En efecto, en una situación como la descrita la publicidad es claramente apta para inducir a error a sus destinatarios sobre las características del producto promovido. Y ello, habida cuenta de que de las expresiones “*fácil de montar*” y “*Muy sencillo de montar y desmontar*” que en ella se vierten un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz extraerá el mensaje según el cual el producto ofertado puede ser instalado por él mismo y sin ayuda de un profesional, cuando lo cierto es que las instrucciones de montaje del artículo recomiendan su instalación por parte de un electricista cualificado.



Por las razones expuestas, la Sección Cuarta del Jurado de AUTOCONTROL,

ACUERDA

1.- Estimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Kovyx Service S.L.

2º.- Declarar que la Publicidad Reclamada infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

3º.- Instar al anunciante la rectificación de la publicidad Rreclamada.