



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

FORMATO No. 8

CONCEPTO No. 023

FECHA : **FEBRERO 7 de 1.997**

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES :

1.1 SOLICITANTE :

CALIDAD : INEXTRA S.A.

PIEZA PUBLICITARIA : COMERCIALES DE TELEVISION REF : VIEJITA O ABUELITA DE FAB CON BLANQUEADOR

FECHA DE PRESENTACION DE LA SOLICITUD : Noviembre 1 de 1996

PRUEBAS PRESENTADAS : Las relacionadas en solicitud.

FECHA DE TRASLADO :

1.2 DENUNCIADO : COLGATE PALMOLIVE SA.

FECHA DE PRESENTACION RESPUESTA : Noviembre 15 de 1996

PRUEBAS Y ANEXOS : LAS INDICADAS EN MEMORIAL DE FECHA Noviembre 15 de 1996

2. NORMAS DEL CODIGO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA QUE SE CONSIDERAN VIOLADAS POR EL SOLICITANTE :

Conforme los argumentos del solicitante en la publicidad referida se incurre en violación de los artículos 15., 27o., 28o.. del Código de Autorregulación Publicitaria.

3. ARGUMENTOS DE LAS PARTES :

3.1 SOLICITANTE :

Estima el solicitante del concepto que constituye OBJETO DE LA VIOLACION lo expuesto en documento anexo de Noviembre 1 de 1996 que forma parte integrante del presente concepto.

3.2 DESCARGOS DEL DENUNCIADO :

El responsable de la creación publicitaria presenta descargos en documento de Noviembre 15, que hace parte integrante del presente concepto.

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONSIDERACIONES

Efectuado el estudio de los argumentos expuestos por el solicitante y el responsable de la creación publicitaria, la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria realiza las siguientes consideraciones :

En primer lugar, debe señalar la Comisión que el concepto del día de hoy es consecuencia de la prueba en vivo realizada ante los miembros de la CONARP y que fué necesaria habida cuenta de que los estudios técnicos presentados por las partes fueron contradictorios y no permitieron adoptar una decisión de fondo al respecto.

Ahora bien, con fundamento en lo anterior se tiene que de los artículos invocados por INEXTRA se consideran violados el 1o. y el 15o. en cuanto se refieren a que la publicidad debe ser verdadera. Según lo demostró la prueba en vivo a la que se ha hecho referencia FAB CON BLANQUEADOR no remueve las manchas de chocolate, pasto, espinaca y labial de la forma como se muestra en el comercial. Tampoco puede el comercial pretender demostrar una supuesta superioridad respecto de productos de la competencia - que se reconoce como ARIEL al hacer la demostración habida cuenta de que, según comunica ARIEL y no ha sido desvirtuado, es el único detergente con blanqueador además de Colgate existente en el mercado - por cuanto en la prueba mencionada los dos detergentes demostraron tener un desempeño similar.

También se estima violado el artículo 16o. por cuanto el consumidor debe recibir un mensaje tan claro que no exija el contar con conocimientos o experiencias especiales para el manejo del producto que no se encuentren explícitamente indicados en el comercial. Teniendo en cuenta que el comercial se encuentra dirigido al mercado de todo el país, no es de recibo para la Comisión la justificación dada por los representantes de COLGATE en la prueba según la cual el fracaso de la demostración obedeció a la diferencia de temperaturas del agua entre Bogotá y Cali - ciudad en la que se llevan a cabo las pruebas- La prueba en vivo ante la Comisión no quitó totalmente las manchas, por la razón que fuere. Como consecuencia el mensaje transmitido al consumidor no se ajusta a la realidad demostrada ante la Conarp violándose así lo dispuesto en el artículo 21o. del Código de Autorregulación.

Valga la pena reiterar, como se hiciera en concepto anterior que aun cuando en el mes de octubre se haya mejorado sustancialmente la fórmula de FAB con Blanqueador éste hecho no fué comunicado al consumidor a través del mensaje por cuanto continuó anunciándose como el mismo producto pre existente en el mercado, sin distinción alguna.



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

Tampoco conoce el consumidor que el producto nuevo tiene el doble de perborato y un nuevo ingrediente que actúa potencializando el poder oxidante del perborato. En ningún momento se hace explícito el poder de estos compuestos para eliminar las manchas, de manera que permita al consumidor conocer a fondo las cualidades de Fab con Blanqueador (nueva fórmula) y diferenciarlo del producto de la competencia con el que se enfrenta.

CONCEPTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, la pieza publicitaria sometida a estudio de la Comisión viola las disposiciones contenidas en los artículos 1o, 15o, 16o. y 21o. del Código de Autorregulación Publicitaria, por lo que sugiere efectuar las modificaciones pertinentes.

En tanto se realizan las correcciones, se sugiere sacar el comercial del aire.

Dado en Santafé de Bogotá, a los 7 días del mes de febrero de 1997.


RICARDO BELTRAN


CARLOS DELGADO PEREIRA


RAFAEL DE NICOLAS


RICARDO ZOBEL