



## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

Concepto No. 054  
(parte segunda)  
24 de abril de 2003

### 1.- Identificación de las partes

#### 1.1. Solicitante

Nombre: Jaime Andrés Plaza Fernández  
Secretario General y apoderado de Orbitel S.A. E.S.P

Piezas publicitarias: "La tarifa más baja del mercado"  
Campañas : "Habla solo con el 7"

Fecha de presentación de la solicitud: 18 de marzo de 2003

Pruebas presentadas: las relacionadas con la solicitud

Fecha de traslado :Marzo 19 de 2003

#### 1.2. Denunciado

Nombre: Sancho/BBDO

Fecha presentación de la respuesta: 27 de marzo de 2003-

Pruebas y anexos: los relacionados en la respuesta y en comunicación del 14 de marzo de 2003.

Los miembros de la CONARP proceden a evaluar las pruebas presentadas por SANCHO BBDO, como consecuencia de la solicitud de la Comisión, para efectos de pronunciamiento de fondo frente a algunas de las piezas publicitarias sometidas a su consideración como consecuencia de la queja presentada por ORBITEL. Fundamentalmente, el concepto de la Comisión determinó dejar en suspenso la decisión de fondo frente a la veracidad de las afirmaciones efectuadas en las piezas publicitarias que utilizan el concepto "La tarifa más baja del mercado" y "la tarifa promedio más baja del mercado" en el que no se contextualiza la publicidad con el informe de la CRT, piezas que en el primer aparte del concepto se estimaron comparativas frente a los demás operadores de telefonía pública conmutada existentes en el mercado

Así mismo, se procede al análisis del comunicado de prensa que contiene las afirmaciones "La mejor tarifa personal: 4 destinos al mejor precio"

Dentro del plazo concedido, SANCHO BBDO presenta la información requerida por la Comisión para efectos de determinar la veracidad de las piezas publicitarias en las que se afirma que 007 MUNDO ofrece las tarifas más bajas del mercado, la cual se procede a evaluar en los siguientes términos:

*Handwritten signature or initials in blue ink.*



## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

### 1. Frente a la solicitud de la CONARP relacionada con la aportación de prueba frente a las piezas publicitarias que utilizan el concepto "la tarifa más baja del mercado".

La pieza cuestionada incluye la frase: "te lo seguimos demostrando. Tenemos la tarifa más baja del mercado" e identifica los valores de minuto nacional e internacional ofrecido por ETB del viernes 14 de febrero a las 9 pm hasta el martes 18 de febrero a las 9 am, de 9 pm a 9 am.

SANCHO BBDO presenta, como prueba de la afirmación del anuncio, el aviso publicado en EL TIEMPO el 16 de febrero de 2003 que incluye el anuncio de ORBITEL según el cual el valor del minuto nacional es de \$205 y el internacional de \$505 para ese día, de las 10 pm a las 8 a.m. En consecuencia, frente al día 16 de febrero en el horario en que coinciden los dos operadores con la promoción resulta cierta la afirmación del anuncio de 007 MUNDO. Sin embargo, no existe prueba frente a los días restantes de la promoción, ofrecida por ETB. SANCHO BBDO presenta la publicación en internet de las tarifas ordinarias de los operadores ORBITEL, TELECOM y ETB que reflejan los siguientes datos:

En los tres casos las tarifas publicadas corresponden a las permanentes ofrecidas tanto para el servicio nacional como para el internacional. En el caso de ETB, son las vigentes a partir del 15 de noviembre de 2002 y sobre éstas se ofrecen descuentos en determinados días y horarios (35% de lunes a viernes de 8:00 pm a 8:00 am y los sábados, domingos y festivos durante todo el día en el Plan Mundo y unos incrementos o recargos en caso de llamada por operadora -10%- y del Plan Automático -15%-). En el caso de ORBITEL, no existe referencia del periodo de vigencia de las tarifas y se consultan los destinos de Bogotá-Medellín, Bogotá-Cali en las nacionales y Bogotá - Estados Unidos en los destinos internacionales. En los dos casos, las tarifas se encuentran referidas a unos horarios específicos que cubren todas las horas del día, con excepción de 3 minutos entre cada rango horario y son reducidas durante el fin de semana en esos mismos horarios. Las llamadas con operadora tienen un recargo del 10%. En cuanto a las tarifas publicadas por TELECOM, vigentes a partir de la fecha no identificada porque se desconoce la de su publicación en Internet, se encuentran referidas a la banda y distancia aérea entre destinos. Se anuncia una tarifa reducida del 35% sobre la plena cuyos términos y condiciones de aplicabilidad desconoce la Comisión.

Cada operador ofrece planes distintos (tarifa personal 007 MUNDO, Plan de Ahorro Orbitel; Clientes Preferenciales TELECOM, etc) que incide en el valor de la tarifa.

Considera la Comisión con fundamento en el análisis de los elementos probatorios presentados por SANCHO BBDO que de los mismos se extraen las siguientes conclusiones:

- 1.1. Las variables que introducen los operadores en sus planes tarifarios permanentes con incidencia en el valor de la tarifa dificulta enormemente el proceso y los criterios de comparación. Sin embargo, asumiendo, por no haber prueba en contrario, que lo manifestado por SANCHO es cierto y que las tarifas preferenciales de los tres operadores a unos destinos específicos (Medellín, Cali, estados Unidos) reflejan criterios que resultan comparables y aplicables a las tarifas de los operadores a todos los destinos, encuentra la CONARP que las ofrecidas por 007 MUNDO y ORBITEL son las mismas y que sobre estas

*WWT*





## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

se otorga el mismo descuento. En consecuencia, existiendo otro operador con iguales tarifas, no resulta válido afirmar que las de ETB son "las más bajas del mercado" dado que las de otro operador resultan, por lo menos iguales a las suyas. El adverbio "más", denota exceso, aumento o superioridad que no permite ser utilizado ante condiciones de igualdad como las que se presentan frente a las tarifas ordinarias o permanentes de los dos operadores. En consecuencia, en cuanto que las condiciones analizadas continúen siendo válidas, no puede utilizarse en forma generalizada el adverbio que indica superioridad cuando las tarifas de otro operador resulten iguales. Adicionalmente, con independencia del debate semántico que confirma la posición anterior, debe la CONARP considerar que sus decisiones deben considerar, fundamentalmente, la percepción de los usuarios frente a la publicidad a la que se encuentran expuestos. Desde éste punto de vista, resulta claro que el consumidor, dada la movilidad de las tarifas adoptadas en virtud de la competencia, no cuenta con los elementos de juicio suficientes para evaluar la existencia de tarifas iguales de otro operador a efectos de comprender el alcance de la afirmación de la publicidad de quien ofrece las más bajas. Es decir, tanto en su sentido semántico como en la comprensión común del término, resulta cierto que el mensaje que se ofrece al consumidor le transmite la superioridad (en éste caso en mejores condiciones económicas) de un operador sobre cualquier otro por lo que su percepción sea equívoca y excluyente de la posibilidad de recibir por otro operador las mismas tarifas.

- 1.2. En cuanto a las tarifas promocionales que ofrecen descuentos o tarifas especiales durante periodos horarios, destinos y tiempo determinados, debe señalarse que la publicación de los anuncios del diario EL TIEMPO demuestran que resulta cierto que 007 MUNDO, durante el día de su publicación y en los horarios en los que aplica la promoción ofreció las más bajas. Adicionalmente, estima la CONARP que la declaración del representante legal de Sancho BBDO en cuanto a que esa condición fue válida durante todo el tiempo de la oferta, en aras de la buena fé y por no existir prueba en contrario, sustenta el anuncio del 14 al 18 de febrero. Con fundamento en ésta, sólo resulta cierto y demostrado que del 14 al 18 de febrero y entre las 9 pm a 9 am, las tarifas de 007 MUNDO fueron las más bajas. En los horarios no incluidos en la promoción ateniéndose la CONARP a los datos suministrados por SANCHO BBDO y frente a los cuales se efectuó el análisis del punto anterior, regirían las tarifas ordinarias o permanentes de los operadores respecto de las cuales ORBITEL y 007 MUNDO se encuentran en igualdad de condiciones. En consecuencia, si bien es cierto que frente al anuncio en particular, las tarifas resultaron más bajas y no existe reproche contra éste, para que el uso de la frase, resulte verídico y ajustado a las normas éticas, debe relacionarse con claridad con el periodo, horario y destino -si está identificado o de lo contrario se entenderá que los abarca a todos- de la promoción. Es decir, sólo durante estas promociones y condiciones, las tarifas resultan ser las más bajas. En atención a que el anuncio tuvo una vigencia temporal, considera la CONARP necesario advertir que ésta circunstancia no puede estimarse suficiente para generalizar y utilizar frases como "la tarifa más baja del mercado" en todos los casos. Esa condición puede ser reivindicada por el operador únicamente en los casos en los que resulte cierto y demostrable, con anterioridad a la publicación o emisión del anuncio, que sus tarifas durante los días y horarios de



## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

promoción, son las más bajas de las ofrecidas en esas mismas condiciones de tiempo, modo y lugar, por los demás operadores y que la contextualización con esta circunstancia, resulte clara para el consumidor

**2. En cuanto a las piezas publicitarias que utilizan el concepto “la tarifa promedio más baja del mercado”, sin contextualizarlas con el informe de la CRT.**

La Comisión estimó que es admisible como medio de prueba una información distinta de la emanada de la CRT, con el fin de demostrar que la oferta resulta siendo válida aún después del informe de la Comisión de Regulación. SANCHO BBDO manifiesta que aun cuando puede demostrar tal circunstancia se acoge a la recomendación de la CONARP en cuanto a que los anuncios deberán contextualizarse con el periodo del informe de la CRT. En consecuencia, confirma la Comisión la evaluación realizada al respecto y recomienda el ajuste de las piezas publicitarias correspondientes.

**3. En cuanto a las expresiones “la mejor tarifa personal” y “4 destinos al mejor precio” utilizadas en el comunicado de prensa de febrero 10 de 2003.**

Conforme se analizó en la primera parte del concepto, éste anuncio contiene elementos diferentes frente a los demás por lo que ameritó el análisis particular de la Comisión. Es ésta pieza, exclusivamente, la que contiene el concepto de “La Mejor Tarifa personal” y “4 destinos al mejor precio”.

Plantea SANCHO BBDO que los conceptos anteriores no pretenden establecer comparaciones con otros operadores sino que se refieren a las mejores condiciones de entre las ofrecidas por 007 MUNDO a sus usuarios. Considera la CONARP que para que esto resulte válido, es necesario que los anuncios indiquen con claridad ésta circunstancia y restrinja su comprensión al hecho de tratarse de la mejor tarifa o el mejor precio de los ofrecidos por 007 MUNDO.

De lo contrario, resultaría igualmente válido frente a éstas afirmaciones, el análisis efectuado con anterioridad según el cual en relación con la comparación con otros operadores la utilización del adjetivo “mejor”, relacionado con concepto objetivo y medible como es el precio o la tarifa, exige que se dé una superioridad que no resulta válida cuando otro ofrece las mismas condiciones.

En consecuencia, los conceptos podrán ser utilizados siempre que, en el primer caso, se relacionen específicamente con la mejor tarifa o el mejor precio ofrecido por 007 MUNDO o, en el segundo, sea cierto y demostrable que las tarifas no solo resultan iguales sino inferiores o mejores cuantitativa y objetivamente, a las ofrecidas por otro operador. En el caso particular, SANCHO BBDO aporta como prueba el mismo análisis según el cual las tarifas de ORBITEL resultan iguales por lo que el uso del concepto no resulta acorde con la veracidad exigidas por las normas del Código Colombiano de Autorregulación. Sin embargo, dado que el

*Wol*





## Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

anuncio obedeció a una publicación temporal, no resulta eficaz solicitar su modificación o la suspensión de su publicación sino que, en piezas futuras en las que se utilicen los mismos conceptos en el mismo contexto, deberán tenerse en cuenta las recomendaciones anteriores, en atención a lo dispuesto en el literal e) artículo 10 de la resolución 002 de 1998.

Por lo demás, reitera la CONARP los planteamientos contenidos en la primera parte del concepto, adoptado en reunión del pasado 10 de abril de 2003.

Dado en Bogotá, a los 24 días del mes de abril de 2003.

XIMENA TAPIAS DELPORTE

JUANITA MICHELSEN

CARLOS DELGADO PEREIRA

JARDANY SUAREZ