



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 040

FECHA : JULIO 22 DE 1999

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE

Nombre: Procter & Gamble de Colombia S.A.
Pieza publicitaria: Comercial Detergente Fab Total, referencia "Team Market" o "Patricia Auza"
Fecha presentación de la solicitud: Junio 28 de 1999
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud
Fecha de traslado: Junio 29 de 1999

1.2 DENUNCIADO

Nombre: Colgate Palmolive
Fecha presentación de respuesta: Julio 12 de 1999
Pruebas y anexos: Las indicadas en el memorial de respuesta.

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

Conforme a los argumentos del solicitante, en la publicidad referida se incurriría, a su juicio, en violación de los artículos 13, 14, 15, 16, 32, 34 y 35 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria. (CCAP).

3. ANTECEDENTES

- 3.1 Colgate Palmolive pone el aire el comercial de referencia, en dos versiones testimoniales diferentes pero con los mismo contenidos en cuanto a los atributos del producto.
- 3.2 Procter & Gamble a través de su Director Asociado de Relaciones Externas, objeta dichos comerciales alegando que violan los artículos, del CCAP.
- 3.3 Colgate Palmolive se hace parte de la emisión del concepto solicitado a la CONARP, mediante presentación de descaros y consignación de la suma exigida de conformidad con el literal b del artículo octavo de la resolución 002 de 1998.

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP Calle 94A No. 11A-73
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFE DE BOGOTA - COLOMBIA

U.C.E.P.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

4. ARGUMENTOS DE LAS PARTES:

4.1 SOLICITANTE: Estima el solicitante del concepto que constituye el OBJETO DE LA VIOLACION, lo expuesto en la solicitud de concepto de fecha 28 de Junio de 1999, la cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.

4.2 DESCARGOS DEL DENUNCIADO: El responsable de la creación publicitaria presenta descargos mediante documento del 12 de Julio de 1999, el cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.

5. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

Como primera consideración debemos tener en cuenta que el comercial debe incluirse dentro de la publicidad comparativa, tal y como está descrita en el artículo 35 del CCAP, ya que alude de modo explícito a un producto de la competencia.

Tal y como dice el artículo 36 esta publicidad está permitida siempre y cuando cumpla con los parámetros establecidos en dicho artículo.

En el caso que nos ocupa se ha utilizado una investigación de mercado, para sacar de la misma conclusiones de desempeño del producto, que no deben ser medidas por este procedimiento, sino mediante pruebas de laboratorio, en condiciones similares de uso del producto, y con parámetros de medición idénticos para los dos productos.

Considera esta comisión, salvo lo expresado en el salvamento de voto que se anexa a la presente, que por lo tanto, dicha investigación no puede ser utilizada en comunicación publicitaria en lo que se refiere a las diferentes resultantes en la misma sobre el desempeño de los productos, máxime cuando se habla de afirmaciones que resultan absolutas.

6. CONSIDERACIONES DE LA COMISION

Después de un detallado análisis y dadas las anteriores consideraciones, ha conceptuado lo siguiente:

No hay una comprobación real – en términos aceptables para esta Comisión- de la superioridad de un producto sobre el otro.

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFE DE BOGOTA - COLOMBIA

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A.

UCEP. Calle 94A No. 11A-73
Tel. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

7. NORMAS QUE SE ESTIMAN VIOLADAS O NO POR ESTA COMISION

Al no tener comprobación de la veracidad de las afirmaciones sobre la superioridad del producto, esta Comisión considera que han sido violados los artículos 13, 14, 15, 16, 32, 34 y 35 del CCAP

8. RECOMENDACIONES

Se recomienda a Colgate Palmolive modificar la pieza publicitaria en referencia, en los aspectos referidos a la superioridad del producto, tanto en el video como en el audio corrigiendo los aspectos arriba mencionados en su sentido de no incluir datos sobre la superioridad de un producto sobre el otro, en tanto no aporte pruebas de laboratorio que lo sustenten adecuadamente

Dado en Santafé de Bogotá D.C., a los 22 días de mes de julio de 1999.


JARDANY SUAREZ


CARLOS DELGADO PEREIRA


RAFAEL DE NICOLAS GOMEZ


XIMENA TAPIAS DELPORTE


JORGE GABRIEL SALGAR