

Febrero 26 de 1.990

I. CASO SOMETIDO A ESTUDIO

- A. Se trata del requerimiento, reclamación o denuncia, por razón del anuncio referente a la promoción del "CONDOMINIO CAMPESTRE ANAPOIMA".
- B. Caso de Publicidad Comparativa Ilícita: ARUBA VS. ANAPOIMA.

II. PARTES EN CONFLICTO

- 1. Anunciante Reclamante : DIRECCION DE TURISMO DE ARUBA
- 2. Agencia de Publicidad Reclamante : NINGUNA
- 3. Anunciante Denunciado : ANAPOIMA CONDOMINIO CAMPESTRE
- 4. Agencia de Publicidad Demandada : CONCEPTO PUBLICIDAD

III. LAS PETICIONES

En comunicación de Febrero 16 de 1990, la directora, para Colombia, de la dirección de Turismo de ARUBA, hace, por escrito, la siguiente petición:

Solicito que el nombre de ARUBA sea retirado, de inmediato, de este aviso.

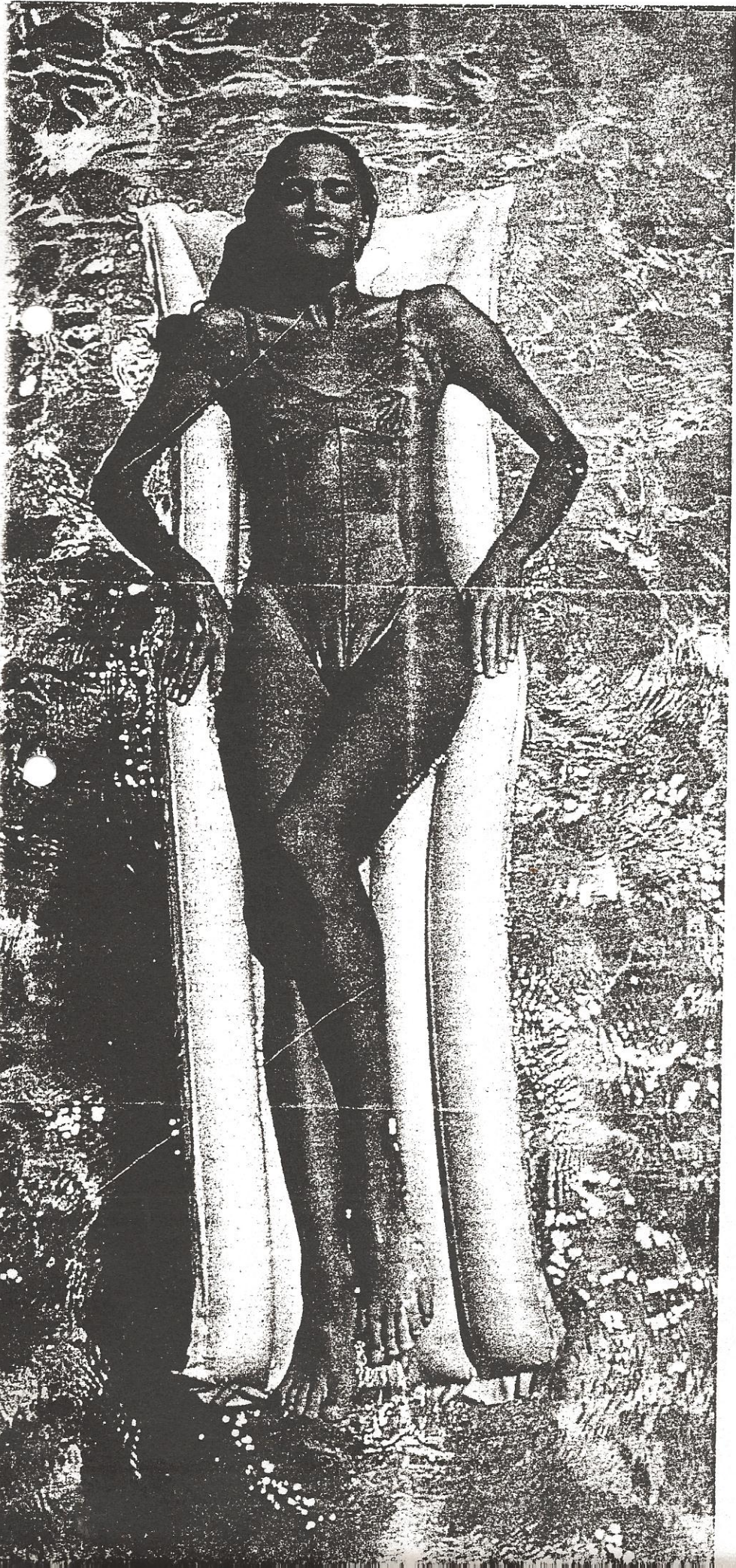
IV. RAZONES DE HECHO Y DE DERECHO

La parte reclamante presenta, como fundamento de la reclamación, entre otras razones, las siguientes:

- 1. "Por medio de la presente, deseo presentarle mi queja en cuanto a una publicación de un aviso, en la revista Semana, publicación No. 406 de Febrero 13-20/90".
- 2. "El aviso se refiere a unos condominios de Anapoima, en el cual aparece el nombre de "ARUBA" tachado".
- 3. "Me parece que es un aviso mal intencionado, de competencia desleal, en el cual la isla de ARUBA no queda bien ubicada".
- 4. "Solicito que el nombre de ARUBA sea retirado, de inmediato, de este aviso".

V. PRUEBAS PRESENTADAS POR LA PARTE SOLICITANTE

La parte demandante presenta, como prueba, el anuncio, objeto del reclamo, adjunto a esta sentencia, donde, so pretexto de promocionar el centro campestre de ANAPOIMA, aparecen tachados Cartagena, Santa Marta, Miami Beach, Aruba y Curazao.



*www*  
*www*  
*www*  
*www*  
*www*  
 ANAPOIMA ✓

**ANAPOIMA**  
**CONDOMINIO CAMPESTRE**

- 24 casas cada una con piscina privada.
- A solo 1 hora y media de Bogotá
- 2 estilos para que usted escoja
- Amplia financiación
- Disfrute una magnífica inversión. Compre hoy.

CONCEPTO



Bogotá, Cra. 15 No. 92-70 Ofic. 202  
 Tels: 2180514 - 2574107 - 2577357

VI. ADMISION Y NOTIFICACION

De la reclamación, se dio traslado a la parte demandada, para que tuviera oportunidad de ejercer su derecho de defensa, de acuerdo con el reglamento del 11 de Septiembre de 1989, sobre trámite de quejas, denuncias, solicitudes o reclamos.

VII. LA RESPUESTA O DEFENSA

La agencia de publicidad denunciada o demandada no hizo uso de su derecho de contestar por escrito.

VIII. PRUEBAS PRESENTADAS POR LA PARTE DENUNCIADA

La parte denunciada no juzgó del caso presentar pruebas.

IX. AUDIENCIA PUBLICA

La Comisión, en pleno recibió, en audiencia pública, a las dos partes en conflicto.

X. COMPETENCIA

La comisión de Autorregulación Publicitaria (CONARP) es competente para resolver el caso propuesto a su consideración, de acuerdo con los artículos 49 y 50 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, de Octubre 24 de 1.980.

XI. CONSIDERACIONES FINALES

Con fundamento en todo lo anterior, para decidir este conflicto, la CONARP hace las siguientes consideraciones finales:

1. Encuentra que son aplicables al presente caso, entre otras normas del Código de Autorregulación, las siguientes:

Los numerales 2 y 6 del artículo 33 que expresan:

La publicidad comparativa será permitida siempre y cuando respete, además de las normas legales, los siguientes principios y límites:

- "2 Que tenga por principio básico la OBJETIVIDAD en la comparación: datos subjetivos de fondo psicológico o emocional no constituyen término válido de comparación ante el consumidor.

"6 Que no denigre o deforme la imagen del producto o marca de otra empresa, ni contenga afirmación o insinuación que atente contra el buen nombre de terceros y, en general, que respete los principios y normas de la lealtad en la competencia comercial".

2. La CONARP deja las siguientes constancias:
  - a. Que ha examinado, con detenimiento, las razones de hecho y de derecho presentadas por las partes en conflicto.
  - b. Que ha examinado las pruebas presentadas y las piezas publicitarias que comprenden la campaña publicitaria.
  - c. Que el estudio del caso fue realizado por la Comisión en pleno.
  - d. Y que la decisión del caso planteado, fue adoptada por unanimidad.
3. La CONARP encuentra que, evidentemente, en este caso específico, se han violado las dos normas anteriormente citadas.
4. En concepto de la Comisión, el citado anuncio, por un lado, menciona específicamente el nombre de los sitios o lugares competidores y, por el otro, hace que sufran mengua los sitios y servicios vacacionales correspondientes a los nombres geográficos de Cartagena, Santa Marta, Miami Beach, Aruba y Curazao.  
Además, la comparación carece de objetividad y acude a imágenes subjetivas de fondo psicológico o emocional.
5. Es del caso, entonces, proferir sentencia, haciendo la declaración correspondiente de violación o infracción de las citadas normas del Código. Igualmente, se dispondrá solicitar la corrección del anuncio.

XII. Con base en lo anteriormente expuesto, LA COMISION COLOMBIANA DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA (CONARP), en desarrollo de sus funciones y por la autoridad de que ha sido investida, adopta la siguiente

#### DECISION

1. Declárase que, en el caso sometido a estudio, se han infringido las normas del Código de Autorregulación Publicitaria, relacionadas con las citadas especies prohibidas de publicidad comparativa, de acuerdo con la parte motiva de esta decisión.

2. Dispónese, en consecuencia, solicitar la corrección del anuncio.
3. Comuníquese esta decisión a las partes en conflicto.
4. Inclúyase esta sentencia, como anexo, en el libro de actas.
5. Archívese una (1) copia de esta decisión en el expediente correspondiente a este caso, y una (1) copia, en el libro de registro de decisiones.

Siguiendo las instrucciones dadas por la COMISION, esta decisión fue redactada por el Doctor Hélder Zuluaga Vargas, por encargo que le hizo la CONARP, como asesor ad honorem de la misma.

La presente decisión hace parte integrante del acta # \_\_\_\_\_ de  
Febrero 26 de 1990.

**ES COPIA TOMADA DEL ORIGINAL**

**JARDANY SUAREZ R.**

Presidente Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria - CONARP