



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 043

FECHA : SEPTIEMBRE 8 DE 1999

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE

Nombre: Alfonso Miranda Londoño
Calidad: Apoderado de QUALA S.A.
Pieza publicitaria: Vallas ubicadas en la carrera 30 con 92 y en la calle 26 cerca al aeropuerto y comercial de televisión del producto TANG, de referencia "Fruta Natural"
Fecha de presentación de la solicitud: Agosto 17 de 1999
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud.
Fecha de traslado: Agosto 19 de 1999

1.2 DENUNCIADO

Nombre: Alimentos Kraft de Colombia S.A. y Ogilvy & Mather S.A.
Fecha de presentación de la respuesta: No se hacen parte en el proceso.
Pruebas y anexos: Memorial de respuesta de fecha 26 de agosto, el cual no cumple con los requisitos exigidos por la resolución 002 de 1998.

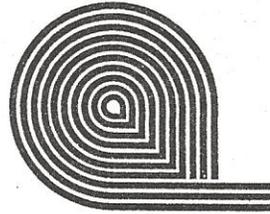
2. NORMAS DEL CODIGO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA QUE SE CONSIDERAN VIOLADAS POR EL SOLICITANTE:

Conforme a los argumentos del solicitante, en la publicidad referida se incurriría, a su juicio, en violación de los artículos 6, 7, 9, 15 y 16 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria. (CCAP).

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 511 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
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

3. ANTECEDENTES

3.1 Alimentos Kraft de Colombia, en compañía de la agencia Ogilvy & Mather S.A., produce y pauta las piezas publicitarias de televisión y las vallas del producto TANG con referencia: "Hecho con fruta natural".

3.2 Tanto Ogilvy & Mather S.A. como Alimentos Kraft de Colombia S.A., a través de sus Representantes Legales envían comunicaciones a la CONARP en donde manifiestan su voluntad de NO someterse al concepto de la Comisión, con lo que no puede esta comisión emitir concepto.

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 agosto 17 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 26 de agosto de 1999, el cual no cumple con la totalidad de los requisitos señalados por la resolución 002 de 1998, por lo que no puede la Comisión tenerlos en cuenta ni pronunciarse de fondo.

5. CONSIDERACIONES PREVIAS

Estima la Comisión procedente en el caso materia de este concepto, hacer referencia a la Naturaleza de la CONARP, dado que el requerido manifiesta no someterse voluntariamente al concepto en virtud a que ésta no tiene competencia en este caso.

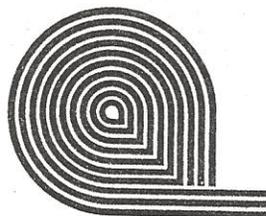
Al respecto, la CONARP, hace las siguientes precisiones:

- a. La competencia de la CONARP surge, en razón a que esta Comisión es una instancia de naturaleza ética, a la que acuden voluntariamente las partes y manifiestan su voluntad de someterse a su concepto.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 511 32 50

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
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

- b. La CONARP no es nada distinto a una instancia de naturaleza privada y que es creada por el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, el cual es un conjunto de principios que tienen como fin el de proteger la ética publicitaria.
- c. La rendición de un concepto de la CONARP no implica una derogatoria de la justicia ordinaria, ni impide a cualquiera de las partes acudir ante cualquier entidad jurisdiccional, no obstante su manifestación de acogerse al concepto, el cual no es en derecho y en consecuencia es de naturaleza ética.

6. PUBLICIDAD DEL FALLO

Como quiera que una de las partes no autoriza la publicación del concepto y no manifiesta su voluntad de sometimiento al mismo, no expedirá esta Comisión, copias del concepto a personas diferentes a las partes involucradas en el mismo.

7. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

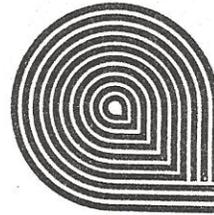
Ahora bien, no obstante lo anterior, las consideraciones de la CONARP hubieran sido como siguen, en el evento en el que ALIMENTOS KRAFT DE COLOMBIA S.A., se hubiera hecho parte en el concepto:

- a. Cuando TANG anuncia su producto y expresa que éste está hecho con fruta natural, indica que junto con otros ingredientes contiene fruta natural, contrario a lo que implicaría decir hecho de fruta natural, lo cual implica que éste está hecho de manera exclusiva con fruta natural.
- b. Afirma el solicitante, a este respecto que "Royal, Zuko, Naranyá y Zumm son productos que al igual que TANG contienen jugo de fruta natural, fibra de fruta o fruta deshidratada, lo cual demuestra que TANG no es el único"
- c. La afirmación de que "Solo Tang sabe a fruta natural, porque Tang, contiene fruta natural", tiene dos tipos de afirmaciones objetivas, por lo que éstas deben ser comprobables, con pruebas que existan de manera previa al momento en el que el anuncio publicitario sea difundido.

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 511 32 50

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTA FE DE BOGOTA - COLOMBIA

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



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

- d. En ese orden de ideas y en relación con la afirmación referente a que Tang contiene fruta natural, es claro para la CONARP y así lo expresa y reconoce el solicitante del concepto que Tang "no es el único producto, dentro de las mezclas para preparar bebidas, que contenga fruta natural y por consiguiente no es el único que tenga sabor a fruta natural."
- e. En lo que hace referencia a la afirmación "Solo Tang sabe a fruta natural", considera esta Comisión que dicha afirmación de carácter objetivo induce a engaño al consumidor y por lo tanto viola el artículo 9 del CCAP.

7. CONCEPTO

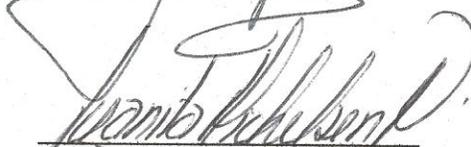
Esta Comisión hubiera concluido de haberse tenido que pronunciar de fondo que el comercial de televisión de Tang de referencia "fruta natural", viola las normas establecidas en los artículos 7, 9, 15 y 16 del CCAP.

En consecuencia y si la Comisión se hubiera tenido que pronunciar, se hubiera recomendado a ALIMENTOS KRAFT DE COLOMBIA S.A. no volver a emplear el comercial aquí analizado, sin antes retirar del mismo el elemento que esta Comisión ha encontrado que viola las normas del CCAP.

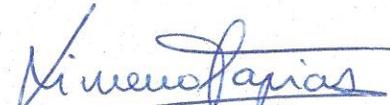
Dado en Santafé de Bogotá D.C., a los 9 días del mes de septiembre de 1999.


JARDANY SUAREZ RAMIREZ


SAMUEL DEL CASTILLO ORDOÑEZ


JUANITA MICHELSEN NIÑO


RAFAEL DE NICOLAS GOMEZ


XIMENA TAPIAS DELPORTE

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 511 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

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