



CONARP
Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 037/98

FECHA : AGOSTO 4 DE 1998

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES :

1.1. SOLICITANTE :

NOMBRE : PUBLICIDAD TORO (VANYPLAS)

CALIDAD : CHRISTIAN TORO IBLER
Presidente

COMERCIAL DE TELEVISION REF. : CUAL ES DIFERENTE PRODUCTO : SILLAS RIMAX

FECHA DE PRESENTACION DE LA SOLICITUD : Julio 10 de 1998.

PRUEBAS PRESENTADAS : Las relacionadas en la solicitud.

FECHA DE TRASLADO : Julio 10 de 1998.

1.2 DENUNCIADO : RIMAX

FECHA DE PRESENTACION RESPUESTA : Julio 17 de 1998.

PRUEBAS Y ANEXOS : Las indicadas en memorial de respuesta.

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 2, 15, 16, 21 y 33 numerales 2, 3 y 6 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 Julio 10 de 1998 que forma parte integrante del presente concepto.

NUOVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP

CALLE 65 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 243 8760 - FAX: 2117675 - SANTAFE DE BOGOTA - COLOMBIA

U.C.E.P.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 611 32 50
Santafé de Bogotá D.C.

3.2 DESCARGOS DEL DENUNCIADO :

El responsable de la creación publicitaria presenta descargos en documento de Julio 17 de 1998, que hace parte integrante del presente concepto, sin cumplir con todos los requisitos exigidos.

CONSIDERACIONES

Después de un detallado análisis, la Comisión ha conceptuado lo siguiente :

Antecedentes

Plásticos Rimax S.A. Rimax, trabajando con la agencia de publicidad "Núcleo Creatividad y Mercadeo" produjo y puso en el aire un comercial referencia : "Cual es Diferente" para su marca RIMAX. Toro DMB&B, como agencia de publicidad de Vanyplas S.A., un competidor de RIMAX, objeta dicho comercial alegando que viola los artículos 1,15, 16, 21, 22 y 33 numerales 2, 3 y 6 del "Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria".

Cargos

Los cargos específicos son, tal como esta anotado arriba, que el comercial viola los artículos 1,15, 16, 21, 22 y 33 numerales 2,3 y 6 del "Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria".

En términos generales el demandante reclama que el comercial cuestionado desacredita a sillas plásticas distintas a las "RIMAX" y específicamente a las sillas de Vanyplas ya que "En el comercial se muestra claramente que una de las sillas corresponde a una referencia de nuestro cliente Vanyplas".

Descargos

El demandado pareciera alegar, en sus argumentos **SEGUNDO** y **TERCERO**, que cualquier parecido a una silla Vanyplas se debe al hecho de que esta son "imitaciones Serviles" de Diseños de RIMAX y adjunta fotografías que aparentemente demuestran esto. De hecho asevera en su argumento **SEPTIMO** que "en ningún momento se alcanza a percibir Marcas de la competencia en las Silla de la ronda..."

El demandado alega en su argumento **CUARTO** que "lo que se busca con el Comercial es diferenciar las sillas RIMAX..."

En su argumento **QUINTO** describe el comercial y anota que "con un mensaje sano de carácter infantil, caras que no transmiten violencia, ni agresividad alguna, o acto



CONARP Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

comparativo o denigratorio con relación a las Sillas de la ronda, los gordos que se sientan se caen graciosamente, como ocurre en el juego infantil, quedando un gordo con cara de satisfacción, mostrando a la pantalla la contramarca de la silla "RIMAX", no se presenta ninguna silla partida, ni se destaca de forma alguna las sillas que en el juego se caen, ya que los participantes del Juego se caen, por el afán que tienen ellos en alcanzar a sentarse al terminar la ronda, característica propia de este juego que es común y conocido en Colombia y en varios Países.

En su argumento SEXTO el demandado alega que en "El comercial se presenta sin atacar ninguna marca de la competencia..."

En su argumento OCTAVO el demandado alega que el comercial fue aprobado por Inravisión.

En los argumentos NOVENO y DECIMO alega que el comercial no es comparativo.

En el argumento DECIMO SEGUNDO alega que el comercial "es completamente honesto porque no desacredita en ningún momento a la Competencia ni a la Sociedad Vanyplas S.A...." y que "no es necesario comprobar ninguna clase de situaciones que se presentan en el mensaje, porque en ningún momento se están haciendo alusiones a la buena o mala calidad de las Sillas que se presentan en el comercial".

Evaluación de los cargos y los descargos

Evaluación de los cargos específicos :

" El comercial contraviene el artículo numero 33"

Dado que el comercial no menciona específicamente el nombre de la competencia (Artículo 31), no puede ser considerado como publicidad comparativa.

"El comercial contraviene los artículos numero 2, 15 16 y 21"

El ponente encuentra que el comercial si contraviene todos estos artículos en algún grado. Esto proviene de dos aspectos :

1. Aunque lo que alega el demandado en su argumento QUINTO es verdad, es decir en ningún momento se aprecia una silla partida (ni aplastada) esto no es inmediatamente aparente. La impresión es contraria, es decir el hecho de utilizar "gordos" y que todos menos uno se caen deja, en la opinión del ponente, una impresión de que las otras sillas se partieron o se aplastaron.
2. Aunque el demandante no menciona la frase, " RIMAX, la única marca diseñada para durar" ., al ponente le parece que dicha frase es imposible de comprobar y casi seguramente falsa. Es decir es muy probable que algún otro

NUEVOS TELEFONOS
611 20 10 - 611 32 50

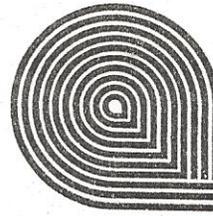
ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP

CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8516 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFE DE BOGOTA - COLOMBIA

Calle 94A No. 11A-73

Tel. 611 32 50

Santafé de Bogotá D.C.



Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

fabricante en Colombia diseñe sus sillas plásticas para durar. Esta frase es desleal y explota la falta de conocimiento de el consumidor, no es comprobable, y no respeta los principios de competencia leal.

Recomendación

Solicitarle a RIMAX que modifique el comercial "Cual es Diferente", corrigiendo los dos aspectos arriba mencionados y que no lo vuelva a pautar hasta que dichas correcciones se hayan realizado.

Dado en Santafé de Bogotá, a los 04 días del mes de agosto de 1998.


RICARDO ZOBEL


JARDANY SUAREZ

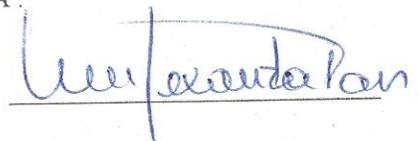

RICARDO BELTRAN


CARLOS DELGADO


RAFAEL DE NICOLAS

Dirección : Calle 94A No. 11A-73 Teléfono : 611 20 19

EL DOCTOR SERGIO CABRERA EN CALIDAD DE APODERADO DE LA FIRMA PLASTICOS RIMAX S.A., SE NOTIFICA DEL CONCEPTO 037 /98 DE LA CONARP EL CUAL SE ENCONTRABA PENDIENTE DE DOS FIRMAS DE LOS MIEMBROS DE LA CONARP, Y QUE A LA FECHA DE SEPTIEMBRE 7 DE 1998 QUEDA COMPLETA Y DEBIDAMENTE NOTIFICADA, PARA CONSTANCIA DE LO ANTERIOR FIRMA :



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

U.C.E.P.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 611 32 50
Santafé de Bogotá D.C.