

Ficha Dictamen CONAR N° 1094

Partes:

- Reclamante: Evercrisp Snack Productos de Chile S.A
- Reclamado(s): Distribuidora Ecologic SpA.

Fecha: 10 de diciembre de 2018

Resultado: Acoge

Normativa relevante: Artículos 8, 11 y 14 CCHEP

Palabras clave: veracidad, engaño, pretensión exagerada y absolutos publicitarios, sustento, argumentos técnicos y comprobación, publicidad comparativa.

Argumentación del Consejo

C.1. Que, Evercrisp Snack Productos de Chile S.A. (Evercrisp) ha impugnado cierta publicidad Digital del producto “Puri Popcorn” en su sabor Oliva Sal de Mar de Distribuidora Ecologic SpA (Distribuidora Ecologic), por estimar que con ella se estarían contraviniendo los artículos 8º, 11º y 14º del Código Chileno de Ética Publicitaria (CCHEP).

C.2. Que, la reclamante sostiene que la publicidad del producto cabritas “Puri Popcorn” en su variedad “Oliva Sal de Mar” se atribuye superioridad respecto de la industria de las papas fritas en general, de la cual Evercrisp forma parte, al afirmar que *“un paquete de papas fritas equivale a 7 (sí, SIETE) paquetes de Puripop Oliva Sal de Mar”*, sin determinar el contexto o atributo para hacer la comparación, ni la marca ni formato de papas fritas con que se compara. Señala que con ello induce a confusión al público en cuanto a las verdaderas características y propiedades de Puripop, incurriendo al menos en una pretensión exagerada.

Indica el reclamo que la publicidad, del tipo comparativo, no contiene aclaraciones, o referencias a estudios, antecedentes o sustentos objetivos de la afirmación publicitaria, siendo la carga de la prueba del avisador. Agrega que, hecho el análisis de la afirmación con distintos empaques de papas fritas del mercado, se llega a conclusiones totalmente diversas e inconsistentes a las avisadas, demostrando incluso que las cabritas serían “altas en”, siendo engañosa la publicidad para el consumidor.

(...)

C.5. Que, tras examinarse los avisos reclamados y los elementos incluidos en ellos, así como las presentaciones de las partes, este Directorio estima que en este caso estamos frente a publicidad del tipo comparativa, por lo que se aplican a su respecto las exigencias contempladas en el artículo 14º del CCHEP. Lo anterior toda vez que se utiliza la afirmación *“un paquete de papas fritas equivale a 7 (sí, SIETE) de Puripop Oliva Sal de Mar”* para proclamar superioridad del producto de la reclamada respecto a las papas fritas, aún cuando no se identifique una marca en concreto.

C.6. Que, de conformidad al artículo 8º del CCHEP, “la publicidad debe ser honesta y veraz” y “las afirmaciones acotadas a aspectos objetivos de carácter absoluto, de tono excluyente o que denoten superioridad entre un producto en relación con otros de la competencia, sólo son aceptables si son veraces y comprobables”. En la misma línea, el artículo 11º dispone que los hechos o datos objetivos, “deberán estar sustentadas con hechos, datos o pruebas suficientes e idóneas”, y el artículo 14º señala que “La publicidad comparativa debe apoyarse en antecedentes objetivos que puedan ser comprobados fehacientemente” y que “las afirmaciones o alegaciones de tono excluyente y los absolutos publicitarios que tengan carácter comparativo requieren ser comprobados por constituir asertos respecto de una característica del bien o servicio que lo hacen superior, en términos absolutos, a sus competidores”. Por tanto, este tipo de afirmaciones son aceptables en la medida que sean veraces y que quien las realice esté en condiciones de demostrar o comprobar lo afirmado cuando sea requerido para ello.

C.7. Que, revisada la aseveración reclamada al tenor de los artículos antes transcritos, se estima que ella corresponde a un absoluto publicitario que denota superioridad y que contiene afirmaciones acotadas, esto es, que un paquete de Puri Popcorn es 7 veces superior a un paquete de papas fritas, y por ende, es necesario que dicha afirmación sea acreditada con antecedentes suficientes.

C.8. Que, al no haberse acotado en la publicidad los atributos respecto de los cuales se proclama la superioridad, ni el producto en concreto con el cual se compara, el más probable entendimiento del público será que dicha superioridad es absoluta, en todos los aspectos que pudieran atribuirse al producto Puri Popcorn y respecto de todos los productos “papas fritas” del mercado, con lo cual la prueba debiera rendirse respecto de todos ellos.

C.9. Que, correspondiendo al avisador Distribuidora Ecologic la carga de probar la veracidad de sus afirmaciones y aseveraciones objetivas, y al no haberse presentado por éste antecedente alguno para respaldar la afirmación en cada uno de los aspectos observados, debe concluirse que la publicidad infringe los artículos 8º, 11º y 14º del CCHEP.

C.10. Que, adicionalmente, al no encontrarse acotada la afirmación reclamada a uno o más atributos determinados, ni a una determinada marca de papas fritas, el más probable efecto en el consumidor será que el producto Puri Popcorn sabor Oliva Sal de Mar es un producto ostensiblemente más sano que todos los paquetes de papas fritas existentes en el mercado, superior en cada uno de los atributos del producto, lo que naturalmente llevará al consumidor a conclusiones erróneas resultando la publicidad engañosa, según lo dispone la letra A del artículo 8º del CCHEP referido a las características del producto que puedan influir en la elección del público.

C.11. Que, en lo que se refiere a la inclusión de la advertencia de ser alto en sodio del producto Puri Popcorn advertida por la reclamante, se estima que al realizarse una comparación de productos altos en sodio, dicha situación necesariamente debe ser advertida de alguna forma al público aún cuando uno de los productos pueda no estar obligado legalmente aún a incluir los sellos dispuestos por la autoridad, pues de lo contrario el avisador se estaría aprovechando de una situación momentánea de permisividad legal más que al cumplimiento de los parámetros éticos que deben observarse en el ejercicio de la actividad publicitaria.

Decisión

Acoger el reclamo de Evercrisp Snack Productos de Chile S.A. respecto de cierta publicidad de Distribuidora Ecologic SpA para su producto Puri Popcorn sabor Oliva Sal de Mar, por estimar que ella está en conflicto con la ética publicitaria, según se señala en los artículos 8º, 11º y 14º del Código Chileno de Ética Publicitaria.