

Publicidad



/ La Vida

Jueves, 13 de mayo de 2010. Actualizado a las 09:39h | Bilbao: 13º/8º 

Portada Local Actualidad **La Vida** Deportes Cultura & Ocio Televisión & Radio Opinión F

adn » [lavida](#)

Soy mejor que el otro

La publicidad comparativa emerge en España con la 'batalla de los zumos' | Los anuncios deben cumplir estrictos requisitos para que no se consideren desleales

Anna Lladó , | hace 12 horas | [Comenta](#) | Votar + 0 - 0 | [Imprimir](#)

Es la guerra de los zumos. Don Simón vuelve a la carga: quiere proteger sus productos, y lo hace comparándolos con los de la **competencia**. Se trata de publicidad comparativa, un recurso que desde 1988 es totalmente legal en España. Esta forma de promocionarse, a menudo agresiva, debe adecuarse a una serie de requisitos que contempla la [Ley General de la Publicidad](#). Sino, puede considerarse ilícita.



"Estos anuncios deben apoyarse en características esenciales afines y **objetivamente demostrables**" de su producto y del competidor, explica Carlos Rubio, director general de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria. Además, deben ser dos productos "con una participación en el mercado similar", agrega Rubio. Es decir, que el pez grande no se coma al pequeño.

Pero también **que el pequeño no se aproveche del grande**: y es que es ilícito "aprovecharse del prestigio ajeno, del que tiene una marca muy consolidada", señala el abogado Ignacio Valenzuela, director del departamento de derecho civil-mercantil de HispaColex. "El hecho de que haya tantas restricciones en este tipo de publicidad" -los anunciantes van con pies de

plomo para que no se interprete como ilícita- puede ser uno de los motivos por los que se den tan pocos casos en España.

El primer *spot* con publicidad comparativa aquí fue en 1998, diez años después de que se permitiera legalmente: Don Simón insistía en que eran zumos exprimidos a diferencia de los de **Minute Maid** -de **Danone** y el grupo **Coca-Cola**-, a base de concentrado. Fala Corujo, directora de publicidad y marketing del grupo J. García Carrión, estuvo al frente de esa campaña, que dio buenos resultados: "Fue un anuncio muy medido y pensado; los abogados nos asesoraron para saber cómo debíamos hacerlo". "Sentí la necesidad de informar al consumidor de que lo que le decían no era cierto. Éste es



el objetivo de la publicidad comparativa, que uso cuando veo que hay confusión", dice Corujo, quien ha impulsado cuatro anuncios de este tipo. Y es que **estos spots causan mucho impacto y, a menudo, generan polémica** -con lo que se habla de ellos-. "Si se respeta escrupulosamente la ley y se hace con cuidado, puede ser un recurso muy efectivo", sentencia Valenzuela.

EL APUNTE

Habitual en EE UU, inusual en Europa

La publicidad comparativa en España es realmente minoritaria; de hecho, casi todos nos acordamos de los pocos anuncios de este tipo que se han hecho. Pero "se emplea muchísimo en EE UU, donde la publicidad es mucho más bestial y agresiva", asegura Carlos Rubio. Allí, "la legislación es mucho más flexible", añade. Mientras, en Europa la situación es bastante parecida a lo que ocurre en España: "Son casos muy aislados, que se controlan en gran medida. En ningún caso se permite denigrar al producto con el que el anunciante se está comparando", explica el experto.

Etiquetas: anuncios, publicidad, publicidad comparativa

+ 0 - 0

[Comenta](#) | [Imprimir](#) | [Suscribir](#) | [Compartir:](#)

0 votos

Otras noticias de [La Vida](#)

Nueva edición del Great Match, que promueve los vinos españoles en EEUU

Sorteo y escrutinio

Premio 35.000 euros al número 21.754

Cruza una rotonda a 140 km/hora y causa un accidente con siete heridos

Comentarios

Comenta

Mensaje

Nombre

Mail (no será publicado)

Normas de uso ([Aviso legal](#))

Recuerda que son opiniones de los usuarios y no de ADN.es.

ADN.es se reserva el derecho a eliminar aquellos comentarios que por su naturaleza sean considerados contrarios a la legislación

vigente, ofensivos, injuriantes o no acordes a la temática tratada.

Enviar

Ahórrate 5€ en cada película en DVD con ADN y



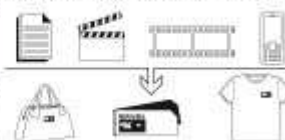
¡7€ de descuento en Blu-Ray!

Descarga aquí tu cupón

VEN A SÓNAR 2010 EN 20 SEGUNDOS

sónar 2010

adn



¡Clica y participa en el concurso!

¿Eres como con tu p

Las relaciones entre signos en

Consulta también tu horóscopo de los famosos

Noticias: [Portada](#) [Política](#) [Internacional](#) [Economía](#) [La Vida](#) [Deportes](#) [Cultura & Ocio](#) [Televisión](#) [Barcelona](#) [Bilbao](#) [Lleida](#) [Madrid](#) [Málaga](#) [Mallorca](#) [Sevilla](#) [Valencia](#) [Zaragoza](#)
Edición impresa

Servicios: [Lotería](#) [El Tiempo](#) [Horóscopo](#) [Bolsa](#) [Versión PDA](#) [Cursos](#) [Casa del Libro](#) [Viajes](#) [Clas](#)



[Contacto](#) | [Aviso legal](#) | [Publicidad](#) | [Mapa Web](#)

Enlaces recomendados:

[Planeta Directo](#) [Shopo.tv](#) [Oposiciones](#) [QuéTiempo](#) [Noticias última hora - adn](#) [Cursos de inglés - home e](#)
[Cursos a distancia - ceac](#) [Plantas medicinales - conocio](#) [Comprar videojuegos - central del videojuego](#) [Viaje](#)
[Coleccionismo - altaya](#) [Cine - deaplaneta](#) [Coleccionables - planeta deagostini](#) [Estrenos dvd - dvdgo](#) [Hotel](#)