



BUENOS AIRES, 21 AGO 2001

CASO 632

VISTO el Expediente Nro. 064-011916/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA, y

CONSIDERANDO:

Que en el expediente citado en el VISTO, se presentó la compañía CLOROX ARGENTINA S.A., ante la DIRECCION DE LEALTAD COMERCIAL, organismo dependiente de la SECRETARÍA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR denunciando a la empresa UNILEVER DE ARGENTINA S.A. por presunta infracción a las leyes N° 24.240 y N° 22.802

Que la denunciante alegó la existencia de una agresiva campaña publicitaria realizada por UNILEVER DE ARGENTINA S.A., que tendría como finalidad descalificar el producto fabricado por la denunciante, denominado lavandina "AYUDÍN", todo ello mediante afirmaciones falsas que llevarían a engaño al consumidor.

Que con fecha 2 de Marzo de 2001, la DIRECCIÓN DE LEALTAD COMERCIAL, remitió a la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado dependiente de la SECRETARIA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR. la denuncia precedentemente descripta.

SUE  
CW



Que, la denunciante CLOROX ARGENTINA S.A., es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización en todo el territorio argentino de productos para la limpieza del hogar.

Que la denunciada UNILEVER DE ARGENTINA S.A., es una compañía cuya principal actividad es la fabricación y elaboración de jabones y productos de limpieza, artículos de tocador, cosméticos, productos químicos y medicinales, productos alimenticios y su correspondiente envasado, distribución, comercialización, exportación e importación de dichos productos y subproductos.

Que la conducta traída a estudio tuvo su origen en una campaña publicitaria, en la que, de acuerdo a las alegaciones de la denunciante, aparece la figura de un envase de agua lavandina color amarillo, que es el conocido envase de la marca "AYUDÍN" que elabora CLOROX ARGENTINA S.A., llevando al consumidor al convencimiento falso de que el mismo no solo es obsoleto, sino que el producto denominado "CIF con lavandina", elaborado por la denunciada UNILEVER DE ARGENTINA S.A. es más beneficioso, sugiriendo que el mismo es inocuo para la salud y para las prendas.

Que CLOROX ARGENTINA S.A. ratificó la denuncia con fecha 11 de junio de 2001 ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, de conformidad a lo dispuesto por el artículo 28 de la Ley N° 25.156.

Que, con fecha 29 de junio del 2001, la denunciante solicitó ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, que no obstante todas las violaciones a las leyes en que pudiera haber incurrido la denunciada, se considerara especialmente si la publicidad realizada por UNILEVER DE

SCE  
W



*Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Disregulación  
y la Defensa del Consumidor*

94

ARGENTINA S.A. era violatoria de lo establecido en el artículo 9 de la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA emitió su dictamen del que surge que, como consecuencia del análisis y valoración de los hechos denunciados en las presentes actuaciones, la denuncia tal cual ha quedado planteada, debe desestimarse por no encuadrar en la Ley N° 25.156.

Que, sin perjuicio de tal decisorio, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó remitir las presentes actuaciones a la DIRECCION NACIONAL DE LEALTAD COMERCIAL, debido a que las conductas denunciadas configurarían violaciones al art. 9 de la ley N° 22.802 de Lealtad Comercial.

Que el suscrito comparte los términos del dictamen, emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo I y es parte integrante de la presente.

Que de las constancias obrantes en fs. 49, 51, 53 y 56 del Expediente del VISTO, surge que la DIRECCION DE LEALTAD COMERCIAL dependiente de la DIRECCIÓN NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR de esta SECRETARIA ha tomado intervención, sosteniendo que "no se observa infracción a lo dispuesto por el artículo 9° de la Ley N° 22.802".

Que no obstante lo anterior, a fs. 54/55, luce un dictamen de la DIRECCION DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR dependiente de la DIRECCION NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR de esta SECRETARIA que establece que

smc  
lv



"en las etiquetas de los envases Cif agregados como prueba N° 6 se consigna que el producto puede irritar los ojos y piel y se recomienda el uso de guantes de goma. Es decir que en el etiquetado correspondiente se cumpliría con el deber de información dispuesto por el artículo 4° de la Ley N° 24.240. Respecto del defecto en la información contenida en la publicidad cuestionada esta Dirección considera que el mismo no debe ser tratado a la luz de la referida norma. En efecto, en el caso se trata de mensajes publicitarios (vg. Guantes colgados junto con un envase tradicional de lavandina con la leyenda despedite de la lavandina como la conocías) susceptibles de inducir a error o confusión al consumidor respecto de las características o propiedades del producto".

Que a fs. 83, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA sostiene que "el problema que se presenta está relacionado con una cuestión de publicidad engañosa, ajena al ámbito de la defensa de la competencia, que podría ser analizada de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial".

Que mediante la Resolución N° 1233 de la EX SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERIA del 19 de noviembre de 1997, se delegó en la DIRECCION NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR el contralor y la vigilancia sobre el cumplimiento de la Ley 22.802, sus decretos y demás normas reglamentarias, así como también el juzgamiento en sede administrativa de las infracciones y la aplicación de sanciones que correspondan.

Que asimismo, mediante la Resolución mencionada en el considerando anterior se dispuso que el Director Nacional de Comercio Interior podrá, sin perjuicio



de su intervención directa en virtud de las facultades delegadas, encomendar a los Directores de su dependencia la instrucción de los sumarios correspondientes, con atribución para firmar las providencias de mero trámite, así como las imputaciones y providencias de prueba y designar instructores sumariantes.

Que habida cuenta de lo relatado en los considerandos precedentes, el suscripto entiende que deben remitirse las actuaciones a la DIRECCION NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR, a fin de que ordene la instrucción del sumario por presunta infracción al artículo 9º de la Ley N° 22.802 a través de la DIRECCION DE ACTUACION POR INFRACCION.

Que el infrascripto es competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los artículos 58º de la Ley N° 25.156 y 11º de la Ley N° 22.802 y sus normas reglamentarias.

Por ello,

EL SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA  
DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

*SMT*  
*aw*  
ARTICULO 1º. - Desestimar la denuncia formulada por la empresa CLOROX ARGENTINA S.A., en contra de UNILEVER DE ARGENTINA S.A., por no encuadrar las disposiciones de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 2º. - Encomendar a la DIRECCIÓN NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR, para que a través de la DIRECCION DE ACTUACION POR



*Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor*

INFRACCION, ordene la instrucción del sumario por presunta violación al artículo 9º de la Ley N° 22.802.

ARTICULO 3º -Considérese parte integrante de la presente, al dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 21 de agosto del año 2001, que en OCHO (8) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTICULO 4º. - Regístrese, comuníquese y procédase a la remisión de las actuaciones a la DIRECCIÓN NACIONAL DE COMERCIO INTERIOR a fin de que de cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 2º de la presente.

RESOLUCION N° 94

  
Dr. Carlos Winograd  
Secretario de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor



Ministerio de Economía  
 Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
 y la Defensa del Consumidor  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA  
 FIEL DEL ORIGINAL



*Julio*  
 P/A  
 EDUARDO R. NUÑEZ  
 SECRETARIO  
 COMISIÓN NACIONAL DE  
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

94

Expte N° 064-011916/00 (C 632)  
 DICTAMEN N° 352 /2001

BUENOS AIRES, 21 AGO 2001

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo el Expediente N° 064-011916/00, caratulado: "UNILEVER DE ARGENTINA SA S/INFRACCION LEY 25.156", iniciadas como consecuencia de la denuncia formulada por la firma CLOROX ARGENTINA SA en contra de la empresa UNILEVER DE ARGENTINA SA por presunta infracción a la Ley N° 24.240 y Ley N° 22.802.

I. SUJETOS INTERVINIENTES

El denunciante

1. La denunciante, CLOROX ARGENTINA S.A., es una empresa que elabora y comercializa en todo el territorio argentino una variada gama de productos para la limpieza del hogar.

El denunciado

*3*  
*[Handwritten signature]*



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

94

P/A [Handwritten Signature]

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2. UNILEVER DE ARGENTINA S.A. es una empresa cuya principal actividad es la fabricación y elaboración de jabones y productos de limpieza, artículos de tocador, cosméticos, productos químicos y medicinales, productos alimenticios, y su correspondiente envasado, distribución, comercialización y exportación, así como la importación de dichos productos y subproductos.

## II. LA DENUNCIA

3. Con fecha 2 de marzo de 2001, la Dirección de Lealtad Comercial, organismo dependiente de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y Defensa del Consumidor, remitió a esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, la denuncia que le fuera formulada por la firma CLOROX ARGENTINA S.A.

4. En su presentación, CLOROX señala que la empresa se ha visto sorprendida por una agresiva campaña publicitaria realizada por la empresa UNILEVER, enderezada a descalificar a su producto lavandina "Ayudin" mediante afirmaciones falsas que llevan a engaño al consumidor. Sostiene la denunciante que tanto en los cortos publicitarios como en la publicidad gráfica se advierte de inmediato una maniobra desleal que tiene como claro y definido objetivo el descalificar el producto líder de la denunciante, al exhibirlo en forma descarada.

5. Refiere la denunciante que la marca "AYUDIN", así como su característico envase de color amarillo (registrado como marca bajo el N° 1.731.797 en la clase 3), constituyen indudablemente signos de gran notoriedad por su larga e



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

94

Paul TO  
P/D  
DR. EDGAR  
1991

importante presencia en el mercado argentino (superior al 70%) y en los medios publicitarios, siendo el producto más conocido de su segmento, transformándola en sinónimo de lavandina.

6. La denunciante transcribe el texto de los diálogos de los referidos cortos publicitarios; manifestando que se advierte en todos ellos que aparece la figura de un envase de agua lavandina amarilla que no es otro que el conocido envase perteneciente a la marca "Ayudin".
7. Agrega que la denunciada armó un escenario compuesto de varios actos, con el claro objetivo de desprestigiar al noble producto que elabora CLOROX, llevando al consumidor al convencimiento de que el mismo no sólo es obsoleto sino que el producto de UNILEVER "CIF con lavandina" es más beneficioso, sugiriendo que el mismo es inocuo, tanto para la salud como para las prendas, y que además se evitaría el uso de guantes por lo suave y beneficioso que es para las manos de las personas.
8. Afirma la denunciante que todo ello es falso pues el producto de UNILEVER, al igual que el producto "Ayudin", debe ser usado tomando ciertas precauciones, según surge claramente de las propias advertencias que contienen las etiquetas de la línea de productos "Cif" con lavandina, dado que en las mismas se consigna que "Cif" puede irritar los ojos y piel y que si hay contacto con los ojos deben ser lavados de inmediato y que asimismo UNILEVER recomienda el uso de guantes de goma, pese a que de los dichos de su publicidad se desprende que hay que colgar los guantes una vez que se empieza a usar



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

94

*[Handwritten signature]*

9. Refiere la denunciante que resulta importante señalar que en la etiqueta del producto de UNILEVER se lee que el mismo es peligroso incluso para chapas pintadas. Sin embargo, el corto publicitario lleva al televidente al convencimiento de que el único producto que mancha es el agua lavandina. Además, en la publicidad cuestionada aparece el característico envase de CLOROX, lo que confirma la actitud de UNILEVER que se denuncia en relación con el objetivo de desacreditar y desprestigiar el producto de CLOROX.

10. A su vez, CLOROX sostiene que no se opone a la competencia o a la publicidad comparativa, pero no puede aceptar que se descalifique mediante publicidad engañosa y falsas afirmaciones, que inducen a engaño al consumidor, el agua lavandina marca "Ayudin", ya que de la publicidad lanzada por la empresa UNILEVER surge con claridad que no es su intención descalificar el agua lavandina en sí misma, sino que lo que busca es descalificar el producto marca "Ayudin", que se comercializa en un bidón de color amarillo y de una forma característica, tal como es señalado en la aludida publicidad.

11. Finalmente manifiesta que la conducta denunciada es violatoria de lo establecido por los artículos 4º de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240, artículos 9º de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802, y del artículo 42 de la Constitución Nacional.

12. En cuanto al encuadramiento de la conducta denunciada como infracción a los artículos 1º y 2º de la Ley de Defensa de la Competencia N° 25.156, expresa que al respecto la ley es clara y entiende que los hechos no encuentran

*[Handwritten notes and signatures]*  
suc  
ch  
w  
[Signature]



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
tipificación en dicha Ley N° 25.156.

94

FIEL DEL ORIGINAL

*[Handwritten signature]*

### III. EL PROCEDIMIENTO

13. Esta Comisión Nacional recibió con fecha 2 de marzo de 2001, la denuncia remitida por la Dirección de Lealtad Comercial que diera origen a estas actuaciones. Mediante acta de fecha 11 de junio de 2001, se procedió a tomar declaración al denunciante a efectos de ratificar la denuncia presentada de acuerdo con los arts. 175 y 176 CPPN, de aplicación supletoria según lo prescrito por el art. 58 de la Ley N° 25.156, y cumplir con lo dispuesto en el art. 28 de la Ley N° 25.156.

14. Posteriormente, el denunciante formuló manifestaciones relativas a la situación procesal de la denuncia, solicitando que las mismas fueran remitidas para su análisis a la Dirección de Lealtad Comercial, entendiéndose que corresponde se considere el conflicto en su totalidad y que se analicen todas las cuestiones sometidas que aún no han sido consideradas, y especialmente se considere si la publicidad realizada por Unilever de Argentina SA es violatoria de lo específicamente establecido en el art. 9 de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial.

### IV. ANÁLISIS DE LAS CONDUCTAS DENUNCIADAS A LA LUZ DE LA LEY N° 25.156

15. Existen numerosas conductas que tienen efectos sobre la competencia, sin que por ello estén encuadradas en la Ley N° 25.156. Las conductas

*[Handwritten notes and signatures]*  
SUE  
ca  
an  
h  
af  
[Signature]



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

94

FIEL DEL OFICIO

*[Handwritten signature]*

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

sancionadas por dicha ley son aquellas que limitan, restringen o distorsionan la competencia, o constituyen un abuso de posición dominante, de modo tal que resulte un perjuicio al interés económico general (Ley 25.156, art. 1).

16. En general, la literatura económica ha tratado el tema de los efectos de la publicidad sobre la competencia y el bienestar desde distintas perspectivas, entre las cuales las opciones normativas son las que suscitan mayor polémica. No obstante, dicha polémica normativa, que podría tener implicancias regulatorias sobre la publicidad en general, no es aplicable al análisis de conductas específicas desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

17. La mayor parte de la bibliografía que trata el tema con un enfoque positivo, evalúan la potencial utilización de la publicidad como una restricción a la entrada de competidores a ciertos mercados o sus efectos sobre la diferenciación de productos, pero no consideran como variable relevante para el análisis al carácter preciso de su contenido.

18. Si se consideran la experiencia nacional e internacional en la materia, no resulta frecuente que la utilización de la publicidad con un contenido específico pueda constituir una conducta que afecte la competencia con potencialidad suficiente como para provocar perjuicio al interés económico general.

19. Para que fuera posible presumir tal situación deberían corroborarse diversos factores como la existencia de posición dominante por parte de la empresa que realiza la publicidad, el grado de asimetría informativa entre los oferentes y los consumidores (dada por ejemplo por la facilidad relativa de corroborar la

ES COP.  
FIEL DEL ORIGINAL  
*P/A. M. T. O.*



*Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor*

94

*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

calidad del producto) que exceden la veracidad de su contenido, la capacidad de respuesta de los competidores, entre otros.

20. No existe ninguna evidencia de que en el presente caso nos hallemos ante una situación con las características descritas. Según consta en el Acta de Ratificación obrante a fs. 69-70, la propia denunciante entiende que las conductas bajo análisis no están encuadradas en la Ley 25.156 de Defensa de la Competencia, y esta Comisión no encuentra razón alguna para desvirtuar tal manifestación.

21. En efecto, nada sugiere que la denunciada goce de posición dominante, ni que la campaña publicitaria en cuestión tenga entidad suficiente para excluir del mercado a los competidores, o intimidar a los potenciales entrantes.

22. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la presente denuncia, tal cual ha quedado planteada, debe ser desestimada por no encuadrar en la Ley N° 25.156.

*fin*  
**V. CONSIDERACIONES ADICIONALES**

*6 aw*  
23. De acuerdo con el tenor de la denuncia y la prueba acompañada, el problema que se presenta está relacionado con una cuestión de publicidad engañosa, ajena al ámbito de la defensa de la competencia, que podría ser analizada de acuerdo con lo dispuesto en el art. 9 de la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial.

*[Handwritten signatures]*



Ministerio de Economía  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

94

P/D. *[Handwritten signature]*

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

24. Atento a que el órgano encargado de aplicar dicha ley no es esta Comisión sino la Dirección Nacional de Lealtad Comercial, se recomienda al Señor Secretario que remita el presente expediente a la citada Dirección.

*[Handwritten signature]*  
ESTEBAN M. GRECO  
VOCAL

*[Handwritten signature]*  
DR. GABRIEL BOUAT  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
PRESIDENTE

*[Handwritten signature]*  
Lc. MAURICIO BUTERA  
VOCAL

*[Handwritten signature]*  
EDUARDO MONTANARI  
VOCAL