

# encuestas electorales

Ipsos Napoleón Franco - Agosto 2015

Ipsos



Bogotá



Bucaramanga



Muestra: 600 encuestas en cada una de las ciudades (Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga). Momento estadístico: Bogotá del 28 al 29 de julio, Barranquilla del 29 al 30 de julio, Bucaramanga del 30 al 31 de julio, Cali y Medellín del 31 de julio al 1 de agosto. Técnica: Entrevista telefónica. Financiada por: Semana, RCN Radio y RCN Televisión.



Medellín



Cali



Barranquilla



## GANADORES

Aunque nada se puede definir hasta que se cierren las urnas el 25 de octubre. Hay que reconocer a ciertos candidatos que han mantenido congruencia en los diferentes resultados. Por ejemplo, en Barranquilla, **Alejandro Char** sería el alcalde con una intención de voto de 68%, seguido por **Rafael Sánchez** (16%), según C&C. En Ipsos, si bien **Char** saca 66%, le sigue llevando una gran ventaja a **Sánchez** que se quedó con 11%. Por su parte, en Bucaramanga, donde el voto en blanco y la indecisión son los grandes líderes, en ambas encuestas ganaría **Carlos Arturo Ibañez** con 10%.



SÍGANOS EN:

www.larepublica.co

Con el seguimiento a las principales encuestas de intención de voto.

JULIANA RAMÍREZ PRADO

@Julianaramirez6  
#Elecciones

las casas no preguntan por personas mayores de edad, sino que hacen preguntas como si ha votado en alguna elección en los últimos cinco años, si tiene inscrita la cédula y si sabe dónde es su puesto de votación. Con la verificación de esos tres puntos se filtra si los encuestados hacen parte de los votantes activos.

Por su parte, **Jorge Londoño**, gerente de *Invamer Gallup*, ase-

guró que la estadística se fundamenta en el muestreo que se saca en un base de datos y para que sea efectivo se tiene que cubrir al menos 85% de posibles votantes.

**Londoño** expresó que si solo esa base está fundamentada en teléfonos fijos, en algunas ciudades puede ocurrir que alcance una penetración inferior a 50%, por lo tanto no sería un buen marco ni referente.

Por último, **Richard** concluyó que "las encuestas son una fotografía de la opinión pública en determinado momento y no se puede establecer que una o otra firma está haciendo mal el trabajo, sino que utilizan diferentes metodologías, que dan como resultado varias aproximaciones al mismo fenómeno".

JULIANA RAMÍREZ PRADO

@Julianaramirez6  
#Elecciones

EXALCALDE FUE INHABILITADO POR 18 AÑOS PARA CARGOS PÚBLICOS

## Fue destituido Samuel Moreno Rojas

**BOGOTÁ.** El procurador general de la Nación, **Alejandro Ordóñez**, anunció este mediodía una sanción de destitución e inhabilitación de 18 años en contra del exalcalde de Bogotá, **Samuel Moreno Rojas**, por haber recibido dádivas y coimas en el marco del llamado "Carrusel de la contratación".

El procurador **Ordóñez** señaló que la sanción ocurre específicamente por la cesión del contrato 137 de la fase III de Transmilenio, que el *Grupo Nule* le hizo al *Grupo Empresarial Vías de Bogotá (Conalvías)* para las obras de la troncal de la Calle 26, en la que **Moreno** tuvo interés indirecto e ilegal. "Este complejo y minucioso proceso de inves-

tigación disciplinaria arroja resultado probado que el entonces alcalde de Bogotá, **Samuel Moreno Rojas**, se interesó ilegalmente en el acto de cesión con el que se favoreció a *Conalvías* por un contrato por valor de \$218,3 millones, aproximadamente", señaló.

La investigación, con más de 5.000 folios y más de 40 testimonios, permitió probar en grado de certeza la intervención de **Moreno** en esa cesión. Fue determinante la declaración de **Inocencio Meléndez**, secretario jurídico del Instituto de Desarrollo Urbano (IDU), quien dijo que en esa entidad no se hacía nada sin previa autorización de **Moreno**.

COLPRENSA



COLPRENSA

**Samuel Moreno Rojas** fue destituido con más de 40 testimonios de su participación.

CONSULTORIO  
CAVELIER ABOGADOS

RICARDO LÓPEZ

Abogado Departamento de Marcas  
ricardolopez@cavelier.com

## DERECHOS EN CONFLICTO, MARCAS, TABACO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Este 20 de julio de 2015, en París, se reunieron los representantes de Australia, África del Sur, Francia, Hungría, Irlanda, Noruega, Nueva Zelanda, Reino Unido, Suecia, Uruguay y de la Organización Mundial de Salud, su propósito: compartir sus experiencias y establecer un marco para la lucha contra el tabaquismo a partir del paquete neutro.

### ¿Qué es el paquete neutro y de qué manera ayuda a combatir el tabaquismo?

El consumo de tabaco ha sido un tema que ha venido siendo tratado por los gobiernos desde distintos frentes, tales como impuestos, así como la inclusión de alertas sobre sus peligros para la salud y la reglamentación de áreas para fumadores.

El paquete neutro es una nueva política pública dentro de este marco acción. Esta medida consiste en establecer un etiquetado único para todos los productos, generalmente un empaque a un solo color en el cual se indique el nombre de todas las marcas en una misma letra y tamaño, y no se permitan agregar más elementos de comercialización.

### ¿Qué se busca con esta teoría?

La teoría de esta medida tiene como pilar quitarle a los productos todos los posibles elementos de mercadotecnia que las empresas pudieran plasmar en los empaques para atraer a consumidores. De esta manera el público al encontrarse con un producto desprovisto de los adornos del comercio no se sentiría atraído a consumirlo. Asimismo, un paquete neutro evitaría que las empresas utilizaran expresiones o diseños que pudieran ser engañosos para los consumidores, en especial alrededor de los efectos del tabaco.

El primer país en adoptar y ejecutar esta política ha sido Australia, en el año 2012. De acuerdo con la experiencia australiana la medida habría disminuido el índice de nuevos fumadores así como aumentado el número de personas que habrían dejado de fumar. Ahora,

más países desean implementar medidas parecidas.

### ¿Qué sucede con las marcas y otros derechos relacionados?

La medida del paquete neutro deja a los consumidores únicamente con el elemento nominativo de las marcas para diferenciar los productos en el mercado. Los elementos gráficos, holográficos, tridimensionales, entre otros, desaparecerían. El concepto de trade dress, entendido como las características distintivas de un empaque, tampoco tendría cabida dentro de esta política pública.

### ¿Qué dicen los opositores?

Según los opositores de esta medida, más allá de la preocupación por la lucha contra el tabaquismo, el paquete neutro debilita significativamente las variables en el mercado para que un consumidor elija un producto, pues el principal factor diferenciador sería el precio, en consecuencia, en lugar de que se disminuya el consumo general del tabaco, este se movería hacia los productos más económicos.

## UN PAQUETE NEUTRO EVITARÍA EXPRESIONES O DISEÑOS QUE PUDIERAN SER ENGAÑOSOS PARA LOS CONSUMIDORES.

Este conflicto ha sido elevado a la Organización Mundial del Comercio (OMC), donde Cuba, Honduras, Indonesia, República Dominicana y Ucrania han iniciado procesos en contra de Australia, bajo el argumento, entre otros, de que el paquete neutro va en contra de las obligaciones adquiridas en relación con marcas y denominaciones de origen por los estados miembros según el Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.

En espera de un pronunciamiento por parte de la OMC, está claro que más países seguirán el ejemplo australiano en los próximos años.