



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

CONCEPTO No. 051

FECHA : MAYO 25 DEL 2000

1. IDENTIFICACION DE LAS PARTES

1.1 SOLICITANTE.

Nombre: XIMENA BONILLA
Calidad: Apoderada de: PRODUCTOS QUAKER S.A.
Pieza Publicitaria: Piezas publicitarias compuestas por los comerciales de televisión de referencia: "Tecnología Activade" y "Sed - Activade - Líder" y diseños de las botellas con sus tapas.
Fecha de Presentación de la solicitud: 4 de mayo del 2000
Pruebas presentadas: Las relacionadas en la solicitud
Fecha de Traslado: 5 de mayo del 2000

1.2 DENUNCIADO

Nombre: Alfonso Miranda Londoño
Calidad: Apoderado de QUALA S.A.
Fecha de Presentación de la respuesta: 12 de mayo del 2000 en memorial que NO cumple con la totalidad de los requisitos exigidos por la Resolución 002 de 1998
Pruebas y Anexos: Las relacionadas en el memorial de respuesta

2. NORMAS DEL CODIGO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA QUE SE CONSIDERAN VIOLADAS POR EL SOLICITANTE:

Conforme a los argumentos del solicitante, en la publicidad referida se incurriría, a su juicio, en violación de los artículos 2, 22, 41, 42, 44, 45, 46, 47 y 51 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP).

NUEVOS TELEFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ANDA ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

UCEP.

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



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

3. ANTECEDENTES

- 3.1 Quala S.A., produce y pauta en asocio con la agencia RH Creativa, la campaña publicitaria compuesta por dos comerciales de televisión, con referencia "Tecnología Activade/Caída Libre", y "Sed Activade Lider/Todo Terreno", tapa para botella que anexan y etiquetas de los productos.
- 3.2 STOKELY-VAN CAMP INC. y PRODUCTOS QUAKER S.A., a través de apoderado, objeta las piezas arriba identificadas, alegando que viola los artículos 2, 22, 41, 42, 44, 45, 46, 47 y 51 del Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria (CCAP).
- 3.3 QUALA S.A., allega memorial de respuesta en el que no se da cumplimiento a la resolución 002 del 98.

4. ARGUMENTOS DE LAS PARTES :

- 4.1 *SOLICITANTE:* Estima el solicitante del concepto que constituye el OBJETO DE LA VIOLACION, lo expuesto en la solicitud de concepto de fecha 04 de mayo del 2000, la cual se anexa y forma parte integrante del presente documento.
- 4.2 *DESCARGOS DEL DENUNCIADO:* El responsable de la creación publicitaria presenta descargos en memorial de fecha del 12 mayo sin dar cumplimiento a los requisitos exigidos por la CONARP en la Resolución 002 de 1998.

5. CONSIDERACIONES PREVIAS

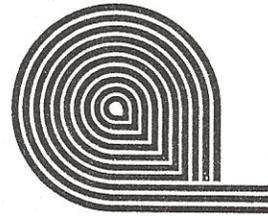
La CONARP procede en el caso materia de este concepto, a hacer referencia a su naturaleza, en razón a que una de las partes no manifiesta su voluntad de someterse voluntariamente al concepto emitido por la Comisión. Al respecto se hacen las siguientes precisiones:

- a. La competencia de la CONARP surge en razón a que esta Comisión es una instancia de naturaleza ética, a la que acuden voluntariamente las partes.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
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. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

- b. En ese sentido, la CONARP no es mas que una instancia de naturaleza privada, creada por el Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria, el cual es un conjunto de principios que tienen como fin proteger la ética publicitaria.
- c. La rendición de un concepto por parte de la CONARP no implica, en consecuencia, una derogatoria de la justicia ordinaria, ni impide a cualquiera de las partes acudir ante cualquier entidad jurisdiccional, no obstante su manifestación de acogerse al concepto, el cual no es en derecho.

6. PUBLICACION DEL FALLO

Como quiera que una de las partes no se hace parte del presente proceso, no expedirá esta Comisión copias del presente documento a personas diferentes a las involucradas en él.

7. EVALUACION DE LOS CARGOS Y DESCARGOS

Ahora bien, no obstante lo anterior, las consideraciones de la CONARP hubieran sido como siguen, en el evento en el que Quala S.A., se hubiera hecho parte en el proceso:

- a. Stokely Van Camp Inc. y Productos Quaker reclaman de Quala S.A. la copia de la tapa y de los comerciales inicialmente, pero además aducen copia en el nombre, en la etiqueta y en toda su presentación.
- b. Quala S.A. está promocionando la marca Activade a través de comerciales de televisión sin ser titular de la marca como quiera que, este proceso se encuentra en trámite ante las autoridades competentes.
- c. Stokely Van Camp Inc. y Productos Quaker reclaman que la fuerza expresiva de las palabras y del sufijo ADE, crean confusión en el consumidor y buscan aprovecharse del prestigio de la marca Gatorade, hecho que se analizará mas adelante.
- d. Se resalta igualmente el hecho de que, en la etiqueta, el código de colores y el lenguaje gráfico es muy similar y que inclusive de la letra "i" de Activade salía una cola que se asemeja al rayo de Gatorade. (el logo fue modificado en ese aspecto).

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

UCEP.
Calle 94A No. 11A-73
Tel. 511 32 50
Santafé de Bogotá D.C.



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria

- e. Del análisis y comparación de la totalidad de los comerciales de Activade y de Gatorade, así como de las etiquetas, puede percibirse el uso del mismo lenguaje gráfico: Blanco & negro y colores, así como del uso de una figura computarizada/Demo y una misma cortina código de colores/Product shot.
- f. Referente a la etiqueta, sí se cambió la logoetra, pero se mantiene el código de colores, lo anterior sin referirse al sufijo ADE, el cual se considera como genérico de este tipo de productos.
- g. Es igualmente claro y respecto a los comerciales de televisión, considera esta Comisión que el cambio de deporte no es suficiente para lograr una clara diferenciación y que por consiguiente, el tratamiento conceptual es el mismo, adicionalmente de tener tratamientos y lenguajes gráficos muy similares, tales como el cuerpo humano computarizado/ demo, imágenes en blanco & negro/color y product shot.
- h. Debe señalarse igualmente, que la tapa es exactamente igual para ambos productos, tema al que no hará referencia la CONARP en razón a que las piezas publicitarias no están anunciando ni mostrando la tapa.

8. CONCEPTO

Por lo anteriormente expuesto y de haberse tenido que pronunciar de fondo, hubiera concluido esta Comisión que la solicitud presentada por SOKELY - VAN CAMP. INC. y Productos QUAKER S.A., está justificada en razón a que sí se está confundiendo al público con los comerciales, infringiendo así el Código tal y como queda señalado en las consideraciones arriba mencionadas.

9. RECOMENDACIONES

En consecuencia, y si el pronunciamiento hubiera tenido que ser de fondo, se hubiera recomendado a QVALA S.A. y a su agencia RH Creativa, no volver a emplear la campaña publicitaria de la referencia, sin antes retirar todas los elementos gráficos/visuales que confundan al consumidor y que violen las normas del CCAP.

NUEVOS TELÉFONOS
611 20 19 - 611 32 50

ASOMEDIOS DIRIVENTAS I.A.A. UCEP Calle 94A No. 11A-73
CALLE 69 No. 9-54 - TELS. 217 8515 - 217 2249 - 249 8760 - FAX: 2117975 - SANTAFÉ DE BOGOTÁ - COLOMBIA

U.C.E.P.

Calle 94A No. 11A-73

Tel. 511 32 50

Santafé de Bogotá D.C.



CONARP

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria
CONTINUACION Y FIRMAS DEL FALLO 051 DEL 25 DE MAYO DEL 2000, ENTRE
STOKELY VAN CAMP INC., y PRODUCTOS QUAKER vs. QVALA S.A.

Dado en la ciudad de Santafé de Bogotá D.C., Mayo 25 del 2000


JUANITA MICHELSEN NIÑO


CARLOS DELGADO PEREIRA


JARDANY SUAREZ RAMIREZ


LUIS ALFONSO TEJADA OROSCO


SAMUEL DEL CASTILLO ORDOÑEZ


JORGE GABRIEL SALGAR ORTIZ