

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 17636

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

Por la cual se resuelve un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que mediante Resolución N° 56877 de 24 de octubre de 2019, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca (Figurativa), solicitada por ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA, para distinguir los siguientes o servicios que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; importación y exportación de prendas de vestir y en general artículos destinados al uso de personas que practiquen esculptismo.

41: Servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales dirigidas principalmente a grupos que practiquen el esculptismo.

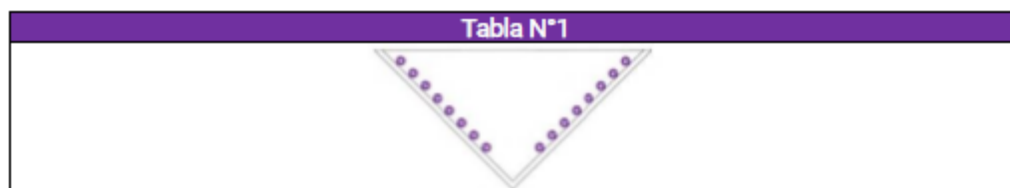
Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

SEGUNDO: Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA, interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objetivo de que se revoque, con fundamento en los siguientes argumentos:

A) El signo figurativo solicitado es distintivo

“(…)

lo primero que se debe tener en cuenta al momento de analizar el presente caso es que el signo FIGURATIVO solicitado, el cual mostramos en la Tabla N°1 expuesta a continuación, es totalmente susceptible de registro como marca, pues, al tratarse de un elemento figurativo - triangular el cual es susceptible de ser contemplado mediante los sentidos, cumple con el presupuesto descrito en el literal b) del artículo 134 de la Decisión 486 para que pueda ser susceptible de ser considerado como marca.



Es por esto que, teniendo en cuenta que la marca solicitada por la A.S.C. es de tipo FIGURATIVA, es necesario repasar la naturaleza jurídica de este tipo de signos y sus características esenciales para que sea considerado como una marca distintiva.
“(…)

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

Como el Superintendente Delegado podrá observar, el signo solicitado, el cual se evidencia en la Tabla N°1 arriba expuesta, cuenta con los dos elementos que le permiten ser considerado una marca FIGURATIVA susceptible de protección. En primer lugar, los trazos que conforman su figura triangular, bordeada en cada una de sus longitudes por una doble línea y complementada a sus lados derecho e izquierdo por varios círculos dentro de los cuales se encuentra en su interior una flor de lis, la cual tal como se explicará mas adelante, resulta un símbolo único y exclusivo de la A.S.C. a nivel nacional y de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE SCOUTS (en adelante OMMS) a nivel global, cumplen a cabalidad con el primer elemento correspondiente al trazado de una marca para poder ser constituida como un signo de naturaleza FIGURATIVA digno de protección.

En segundo lugar, es necesario que también se presente un elemento conceptual que tenga la suficiente fuerza para permear al signo de distintividad y poder identificar tanto un producto o servicio en específico, como un origen empresarial determinado.”

“(…)

En el caso bajo estudio, a pesar de lo expuesto por la Dirección de Signos Distintivos, la cual ha argumentado que la marca solicitada no cuenta con la distintividad intrínseca suficiente para identificar un servicio en específico ni un origen empresarial determinado, es claro que el signo solicitado por la A.S.C. cuenta con un elemento conceptual fuerte y claro que le permite ser distintivo para identificar los servicios de las clases 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza para los cuales fue solicitado, así como para otorgarle los elementos suficientes al consumidor para que este determine su origen empresarial.

Inicialmente, el Superintendente Delegado podrá observar que, el elemento conceptual que se debe presentar obligatoriamente para que una marca sea de naturaleza figurativa y susceptible de protección, se encuentra presente en el caso bajo estudio, pues el signo solicitado evoca el concepto de una pañoleta o prenda de vestir similar. Sin perjuicio de lo anterior, no solamente se está evocando el concepto de una pañoleta común y corriente, sino que, por el contrario, aquellos detalles correspondientes a los círculos que se encuentran a ambos lados de la figura solicitada por la A.S.C. dentro de los cuales se puede observar en su interior un símbolo exclusivo, original, único y personal de mi representada como lo es la flor de lis, le otorgan un concepto distintivo y fuerte que le permite al consumidor la posibilidad de identificar los servicios a proteger y su origen empresarial determinado.

Para entender su aspecto conceptual subjetivo, en primer lugar, es importante poner de presente que, la A.S.C, la cual fue fundada el 22 de junio de 1913 y que anteriormente fue llamada o conocida con el nombre de “EXPLORADORES COLOMBIANOS” y/o “BOY SCOUTS DE COLOMBIA” ha sido la única organización en Colombia que ha contado con el aval de la OMMS para ser reconocida como una de sus filiales, reconocimiento que fue otorgado en marzo de mil novecientos treinta y tres (1933). Adicionalmente, la A.S.C. cuenta con reconocimiento de Personería Jurídica en virtud de la Resolución No. 37 del 14 de agosto de 1933 expedida por el Ministerio de Gobierno de la época.

Los supuestos fácticos existentes que traen como consecuencia que la A.S.C. sea reconocida como Persona Jurídica y, a su vez, ser la única organización avalada en Colombia por la OMMS para ser considerada como una de sus filiales, ha causado que, a través del tiempo, el Estado Colombiano haya buscado reconocer y proteger sus derechos legalmente. Dicho es el caso del Decreto No. 1786 de 1954, el cual en su artículo 2° declara a la “ASOCIACIÓN DE EXPLORADORES COLOMBIANOS (BOY SCOUTS DE COLOMBIA)” (nombre por el que era conocida

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

la A.S.C. en el pasado) como la única organización autorizada en el país para dirigir las actividades scout, de la siguiente manera:

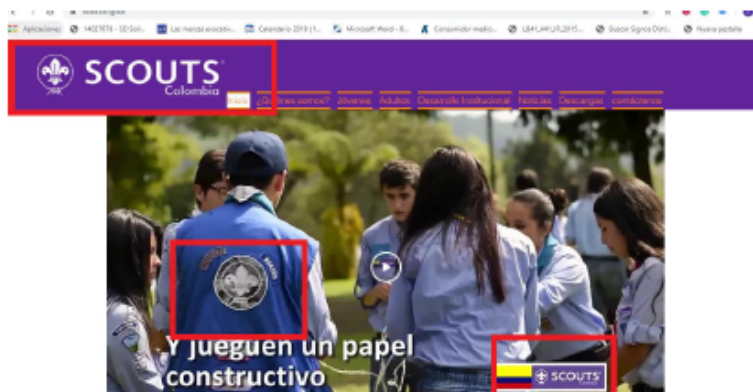
*” Artículo 2°. Se declara a la “Asociación de exploradores Colombianos” (Boy Scouts de Colombia) y a la “Asociación de Guías de Scouts de Colombia” sin que tengan ellas carácter oficial, como entidades autorizadas en el país para dirigir y organizar el Escultismo en el territorio nacional, lo cual realizarán por conducto de sus respetivos Consejos nacionales. Cualquier otra organización similar, aun adoptando los mismos reglamentos, queda desautorizada para el uso de sus uniformes o distintivos.” – Negrilla y subrayado fuera de texto –
Así mismo, el artículo 5° del Decreto mencionado, establece que:*

“Artículo 5°. Solamente los miembros y colectividades Scouts debidamente afiliadas a las Asociaciones correspondiente y en la forma en que lo regulen sus respectivos Estatutos, podrán usar los nombres, uniformes, insignias, emblemas y demás distintivos adoptados por las mencionadas Asociaciones.”

*Tal como se puede evidenciar en los artículos citados del Decreto 1786 de 1954, existen derechos consagrados en la ley a favor de la A.S.C., antes conocida como “Boy Scouts de Colombia” sujeto al cual hacen referencia en el Decreto en mención, que le permiten ser la única Persona Jurídica para usar sus signos distintivos, uniformes, emblemas y demás elementos que identifiquen a dicha Organización, dentro del que se incluye la flor de lis, elemento que recordemos se encuentra presente en el signo FIGURATIVO solicitado bajo estudio.
Dicho uso constante y exclusivo de los logos de la A.S.C. en especial el de la flor de lis que acompaña el concepto de pañoleta evocado por el signo FIGURATIVO solicitado por mi representada, se puede evidenciar en diferentes ámbitos como lo se observa a continuación:*

✓ Página Web:

La A.S.C. cuenta con una plataforma web dedicada a la promoción de sus servicios (propios de las clases 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza), en esta, se puede ver como durante el año, este grupo realiza actividades en todo el territorio nacional, siempre identificándose como ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA acompañando esta denominación con la insignia característica compuesta por una Flor de Liz; veamos:

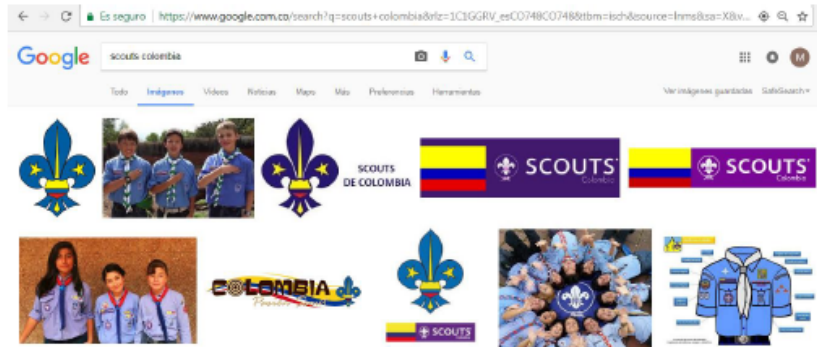


Puede verse entonces como en la portada de la página web de esta asociación, se hace uso exclusivo de su insignia de flor de lis, el cual se encuentra también presente en la marca FIGURATIVA solicitada por mi poderdante para otorgarle a su aspecto conceptual la distintividad intrínseca necesaria para lograr su registro como marca.

✓ Buscadores convencionales:

Ref. Expediente N° SD2018/0047237


Igualmente, de una simple búsqueda en Google, puede verse como la mayoría de los resultados a la combinación de las palabras “scout” y “colombia” aluden directamente a mi poderdante y su logo de flor de lis:



En este sentido, es fácil determinar como el consumidor cuenta con los elementos suficientes para identificar los servicios que se protegen con la marca solicitada, así como su origen empresarial determinado, pues al observar la marca FIGURATIVA solicitada por mi representada, podrá observar la flor de lis en su interior y lo asociará de manera inmediata tanto con la A.S.C. como con los servicios que mi representada presta.

✓ Signos Solicitados (Sic) ante la SIC:

Así mismo, la A.S.C. al ser la única Organización en Colombia autorizada para usar la flor de lis, elemento incluido en la marca FIGURATIVA solicitada, de manera diligente ha solicitado su registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio de la siguiente marca:

| MARCA | CLASE | EXPEDIENTE | SOLICITANTE |
|---|---------|----------------|-------------------------------|
|  | 35 y 41 | SD2018/0020940 | ASOCIACIÓN SCOUTS DE COLOMBIA |

Como el Superintendente Delegado podrá observar, la marca en trámite arriba expuesta solicitada por la A.S.C. reproduce los mismos círculos con la flor de lis que se encuentran presente en la marca FIGURATIVA solicitada por mi poderdante, para los mismos servicios que busca proteger el signo aquí estudiado.

En este sentido y teniendo en cuenta el material probatorio arriba expuesto, es innegable que el consumidor se encuentra familiarizado con la flor de lis como un símbolo propio de las actividades de esculptismo prestadas por mi representada y por ende con su origen empresarial. Por tal motivo, al momento de que este se encuentre en un ejercicio real del mercado con la marca FIGURATIVA solicitada y observe su aspecto conceptual equivalente al de una pañoleta dentro de la cual se incluye dicha flor de lis, de manera automática relacionara el signo solicitado con la A.S.C.

Así mismo, si tenemos en cuenta que, la marca negada en primera instancia busca identificar las actividades de esculptismo, los servicios de importación y exportación de prendas de vestir (como las pañoletas) y demás prendas de vestir apropiadas para las personas que practique esculptismo correspondientes a la clase 35 Internacional, así como los servicios de educación, formación, entretenimiento, actividades deportivas entre otras relacionadas estrictamente con el esculptismo y que hacen parte de la clase 41 Internacional, esta relación estrecha entre los servicios limitados a identificar y las características propias del signo que evocan a la A.S.C., le permiten al consumidor relacionar la marca solicitada con los servicios de las calses 35 y 41 conectados con el esculptismo.

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

En conclusión, el Superintendente Delegado podrá observar como el consumidor en un ejercicio real del mercado cuenta con todos los elementos para relacionar el signo FIGURATIVO solicitado con unos servicios en específico, los cuales se encuentran incluidos en las clases 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza, así como con un origen empresarial determinado, el cual no puede ser otro que el de la A.S.C., siendo permeado de manera lógica con toda la distintividad intrínseca necesaria para ser registrado.

Adicionalmente, no está de más recalcar que, así como no se presentó ninguna oposición en la etapa de publicidad respectiva, no existe en la actualidad ninguna otra marca solicitada o previamente registrada que sea idéntica o similar al signo bajo estudio, cumpliéndose también el requisito de la distintividad extrínseca, y como consecuencia, no existe ningún supuesto lógico que permita inferir que existe una causal de irregistrabilidad en el presente caso y, por ende, solicitamos otorgar el registro de la marca solicitada para identificar los servicios de las clases antes mencionadas.”

TERCERO: Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, de conformidad con el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, se atenderán *“todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso”*.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: DISTINTIVIDAD

1.1. Literal b) del artículo 135 de la Decisión 486

“No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad”.

1.2. La norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores”*¹.

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *“la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella”*.

El Tribunal distingue tanto *“una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos”*².

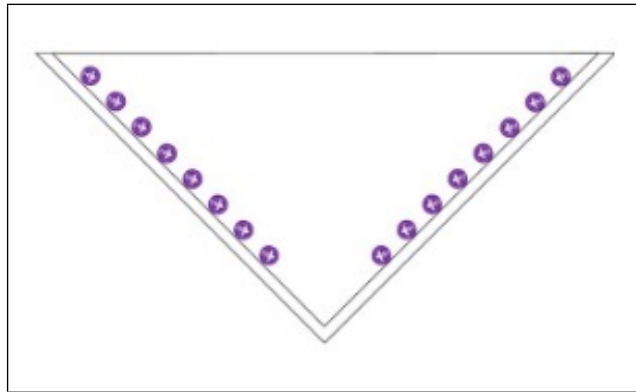
¹ TJCA, Proceso N° 126-IP-2005.

² TJCA, Proceso N° 76-IP-2007.

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

De igual forma se señala la doctrina: “(...) *tan sólo debe negarse la capacidad distintiva abstracta a los signos que no son aptos para diferenciar ninguna clase imaginable de productos o servicios*”³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DEL SIGNO SOLICITADO EN REGISTRO



El signo solicitado en registro es de naturaleza figurativa, consistente en la forma geométrica de un triángulo isósceles⁴ invertido que contiene en los lados iguales una pared interna que se une por un ápice y ocho (8) circunferencias equidistantes a cada lado, en cuyo interior existe una imagen exiguamente legible que se asemeja a una equis (x).

La figura en mención por su disposición y elementos compositivos evoca una prenda de vestir denominada pañoleta, comúnmente utilizada por jóvenes que conforman grupos escultistas⁵ como lo son los ‘scouts’ (exploradores)⁶.

El signo figurativo de la referencia, busca identificar los siguientes servicios, a saber:

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; importación y exportación de prendas de vestir y en general artículos destinados al uso de personas que practiquen escultismo.

41: Servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales dirigidas principalmente a grupos que practiquen el escultismo.

2.1. Antecedentes jurisprudenciales y doctrinarios aplicables a las marcas en comparación

2.1.1. Signos que carecen de distintividad

La Decisión Andina 486 de 2000 es clara al haber fijado los parámetros que deben poseer los signos para optar por la protección que deviene tras su registro. De allí que, una de las características fundamentales resida en la capacidad del signo para identificar el

³ Carlos Fernández-Nóvoa, *Tratado sobre derecho de marcas*, segunda edición, cita a INGERL y ROHNKE, Editorial Marcial Pons, Madrid, 2004, página 162.

⁴ “Geom. triángulo que tiene iguales solamente dos ángulos y dos lados.” REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [04/04/2020].

⁵ “Movimiento de juventud que pretende una educación integral del individuo, generalmente por medio de actividades en grupo y en contacto con la naturaleza.” REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [04/04/2020].

⁶ Extraído de <https://dictionary.cambridge.org/es/translate/>
Página 6 de 11

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

producto y/o servicio que pretende; y, además, para diferenciarse respecto de otros signos en el mercado.

"La característica de distintividad es fundamental que reúna todo signo para que sea susceptible de registro como marca; lleva implícita la posibilidad de identificar unos productos o unos servicios de otros, haciendo viable de esa manera la diferenciación por parte del consumidor. Es entonces distintivo el signo cuando por sí solo sirva para diferenciar un producto o un servicio sin que se confunda con él o con sus características esenciales o primordiales.

Es importante advertir que la distintividad tiene un doble aspecto: 1) distintividad intrínseca, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado; y, 2) distintividad extrínseca, mediante la cual se determina la capacidad del signo de diferenciarse de otros signos en el mercado⁷."

Sobre este punto, Victor Bentata ha señalado:

"En efecto, mientras la descriptividad denota indirectamente el producto mismo, la insuficiente distintividad no denota al producto, sino que es simplemente incapaz de diferenciar a un producto determinado en todos los sentidos del término. La insuficiente distintividad consiste en una marca demasiado simple o demasiado común, tomada en sí misma, tal como figuras geométricas simples, o signos aritméticos, o palabras como MAS o PARE o Y, mientras que la descriptividad debe ser siempre referida al producto⁸."

Al respecto, y a manera de ilustración, se transcriben criterios del Tribunal de Justicia de la Unión Europea:

"En la jurisprudencia europea se destaca que el carácter distintivo de una marca ha de apreciarse, por una parte, en relación con los productos o servicios para los que se ha solicitado el registro y, por otra, en relación con la percepción del público al que va dirigida, y que está formado por el consumidor de dichos productos o servicios"; que "no es necesario que la marca permita que el público al que va dirigida identifique al fabricante del producto o al prestador del servicio, transmitiéndole una indicación concreta de su identidad", pues "la función esencial de la marca consiste en garantizar al consumidor o al usuario último el origen del producto o del servicio designado por la marca" (Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas del 7 de febrero de 2002, asunto T-88/00); y que cuando los productos designados en la solicitud de registro van destinados a los consumidores en general, "se supone que el público correspondiente es un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. No obstante, ha de tenerse en cuenta la circunstancia de que el consumidor medio debe confiar en la imagen imperfecta que conserva en la memoria. Procede, igualmente, tomar en consideración el hecho de que el nivel de atención del consumidor medio puede variar en función de la categoría de productos contemplada."⁹

Por supuesto, la distintividad debe ser analizada desde dos puntos de vista, el primero de ellos mediante el análisis de la cobertura propiamente dicha; y, el segundo, en atención a la percepción que causa el signo en el público consumidor. Lo anterior, comoquiera que uno de los objetivos primordiales de los signos, es que el consumidor logre identificar su procedencia, misma que no es posible encontrar cuando el signo no está provisto de manera suficiente, de elementos que le otorguen distintividad y en consecuencia, se pueda cumplir con el antedicho propósito.

⁷ PROCESO 53-IP-2015, Expediente Interno: 00930-2012-0-1801-JR-CA-04.

⁸ ("Reconstrucción del Derecho Marcarío", Editorial Jurídica Venezolana, Caracas, 1994, pág. 165

⁹ **Proceso 92-IP-2004**, sentencia del 1º de septiembre del 2004. Marca: UNIVERSIDAD VIRTUAL. **TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA**; y, Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas del 25 de septiembre de 2002, asunto T-136/00

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

En ese momento nos encontraremos de cara a un conjunto de elementos que no cuentan con la aptitud necesaria para catalogarse en sí misma como marca, siendo improcedente por tanto su registro.

3. CASO CONCRETO

3.1. El signo figurativo solicitado en registro es distintivo

Sea lo primero destacar que, las marcas figurativas son aquellas que “*se encuentran formadas por una gráfica o imagen visual que puede evocar o no un concepto. En este tipo de marcas, en consecuencia, se pueden distinguir dos elementos, a saber:*

1. *El trazado: son las líneas o rasgos del dibujo que forman el signo marcario.*
2. *El concepto: es la idea que el dibujo suscita en la mente de quien la observa”¹⁰*

En virtud de lo anterior, la naturaleza de este tipo de marcas, -desprovista de elementos denominativos-, demanda un examen mucho más riguroso, con el propósito de determinar su aptitud distintiva para configurar un signo comprendido por el público consumidor como tal, con la suficiencia para individualizar productos y/o servicios, y a la par, para que le sea atribuido un origen empresarial determinado.

Por su parte, aduce el recurrente en su escrito contentivo del recurso de apelación que, al tratarse de un elemento figurativo triangular, este satisface el requisito de distintividad por las siguientes razones: i) los trazos que lo conforman, sus bordes y la flor de lis dispuesta dentro de los círculos ubicados a cada lado interno de la figura, son un símbolo único y exclusivo en Colombia de la Asociación Scouts de Colombia - A.S.C. y a nivel mundial de la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE SCOUTS; y, ii) la composición gráfica evoca el concepto de una pañoleta o prenda de vestir similar, donde los detalles de los círculos observan en su interior un símbolo exclusivo, original, único y personal de la A.S.C., lo cual permite al consumidor identificar un origen empresarial concreto, esto es, la Asociación Scouts de Colombia.

Así, con el fin de demostrar a este Despacho el uso sobresaliente de la flor de lis, aporta imágenes de la página web <https://scout.org.co/>, donde se exhibe el uso de este símbolo como insignia; también se adjunta el resultado de la investigación general en el buscador de Google, mismo que exhibe el uniforme y la marca compuesta SCOUTS COLOMBIA acompañado por el elemento gráfico ya descrito.

Conforme lo indicado, en atención a los criterios establecidos por reiterada Jurisprudencia emitida por el Tribunal de Justicia de la CAN y los argumentos expuestos por la sociedad solicitante, al realizar el examen correspondiente esta Delegatura observa que las formas que componen el signo, consistentes en un triángulo isósceles invertido, con una línea interna que recorre paralelamente única y exclusivamente las paredes de igual longitud y donde a la par se verifican dieciséis (16) circunferencias (ocho (8) a cada lado), las mismas que contienen una figura poco legible y que a una distancia adecuada se asemeja a una equis (x); dada la disposición de los elementos que lo constituyen, conforman sin lugar a equívocos un signo distintivo que cumple con las calidades necesarias para optar como marca.

En el presente caso, el conjunto de figuras que contempla la etiqueta aportada con el petitorio de registro, sugiere al consumidor ciertas características de los servicios a

¹⁰ Tribunal Andino de Justicia. Interpretación Prejudicial 170-IP-2013.
Página 8 de 11

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

identificar, pues éste al realizar un ejercicio de imaginación e inteligencia podrá considerar que las prestaciones que con ella se individualizan se relacionan con la práctica de actividades de escultismo, entendido a su vez como un *“movimiento de juventud que pretende una educación integral del individuo, generalmente por medio de actividades en grupo y en contacto con la naturaleza”*.¹¹

Circunstancia que no implica de manera alguna que la marca figurativa de la referencia carezca en si misma del requisito esencial de distintividad como lo refiere el acto administrativo aquí debatido.

En el presente caso no se observa que la distintividad inherente a la figura compuesta por un triángulo y conjunto de trazos estratégicamente dispuestos, descienda en la escala de distintividad como consecuencia de su uso en el mercado, pues al realizar la búsqueda en el Registro Nacional de Propiedad Industrial (RNPI) no se evidenció la existencia de un número plural de signos identificadores de los servicios que atañen a las clases 35 y 41 solicitadas, que contengan en su composición imágenes, formas o símbolos que se ajusten de manera directa o tras un sucinto ejercicio de razonamiento, “a una pañoleta”.

Al mismo tiempo, al indagar en la web no se encontró que este tipo de figura o semejantes a ella sean utilizadas de manera indiscriminada, soslayando cualquier vestigio de distintividad; todo lo contrario, al evaluar los resultados se evidencia que fácilmente el consumidor podrá comprender dichos elementos como un signo distintivo, el cual se diferencia de otros en el mismo o conexos segmentos del mercado y que proviene de un empresario que participa de manera activa en el mercado.¹²

Al respecto el Tribunal Andino de Justicia expresó que:

*“La distintividad es, según la doctrina y la jurisprudencia, la función primordial de la marca y, es la característica que permite diferenciar productos y servicios, a fin de que el consumidor los individualice e identifique con el fin de realizar de manera adecuada la elección de los productos que desea adquirir.”*¹³

Ahora, en cuanto a la relevancia que procura exaltar el recurrente en cuanto a la flor de lis incluida en las circunferencias que hacen parte del signo, este Despacho se permite aclarar que estos son prácticamente ilegibles por la dimensión y resolución de la imagen, de manera que el argumento que ahonda en el registro previo de este símbolo, su importancia para los “scouts” y su uso como insignia en sus uniformes no es de recibo alguno, pues evidentemente la marca figurativa que cita no guarda ningún tipo de relación o vínculo con los elementos gráficos que comportan el que aquí es objeto de análisis, máxime cuando las imágenes que aparentemente incorporan los dieciséis (16) círculos son imperceptibles a la vista de quien los observa.

Luego, el Tribunal de Justicia ha precisado en cuanto a la aptitud distintiva de las marcas figurativas o meramente gráficas, que:

¹¹ *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [04/04/2020].

¹² “(...) Al respecto el Tribunal Andino, indica que *“La característica de distintividad que reúna todo signo para que sea susceptible de registro como marca; lleva implícita la posibilidad de identificar unos productos o unos servicios de otros, haciendo viable de esa manera la diferenciación por parte del consumidor. Es entonces distintivo el signo cuando por sí solo sirva para diferenciar un producto o un servicio sin que se confunda con él o con sus características esenciales o primordiales.”* Acción de Nulidad ; Actor: PRODUCTOS FAMILIA S.A. Demandado: SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO; Radicación número: 11001-03-24-000-2003-00385-01; Consejero ponente: MARCO ANTONIO VELILLA MORENO, Bogotá, D.C., veintiséis (26) de noviembre de dos mil nueve (2009).

¹³ 100-IP-2005.

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

"(...) por regla general los dibujos e imágenes de cualquier naturaleza pueden ser registrados como marcas siempre que cumplan con los requisitos exigidos para el mencionado trámite. No obstante existen una serie de condicionamientos para el registro cuando se trata de dibujos o imágenes, los cuales son: i) que el dibujo o imagen no se encuentre protegido previamente por un derecho de autor, ii) que cuando se trate de la fotografía de una persona sea sobre su propia imagen, a no ser que sea de un personaje histórico cuya imagen hace parte del dominio público o que sea autorizado por el modelo o sus herederos y iii) si se trata de la imagen de una ciudad o monumento que se encuentre protegida por derechos de autor, deberá solicitarse la respectiva autorización a no ser que se trate de ciudades y monumentos de dominio público. Debe tenerse en cuenta que cuando las ciudades o monumentos tengan la connotación de ser denominación de origen, deberá tenerse cuidado ya que no podría privarse a los competidores del derecho de utilizarla como tal." ¹⁴

Así, en el presente caso no se encuentra que el signo que busca ser registrado por parte de ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA se constituya de imágenes o figuras que infrinjan ninguno de los condicionamientos que se previeron en la cita que antecede, por lo que no existe razón alguna que permita a esta Delegatura colegir que el signo en comento no es distintivo.

Por lo expresado, esta Delegatura encuentra que el signo solicitado para registro cuenta con el carácter distintivo necesario para optar por los derechos que subyacen al registro marcario, no siendo en momento alguno una composición genérica de designación de los servicios que pretende identificar.

4. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes presentadas, y teniendo en cuenta que el signo distintivo solicitado para registro es procedente, esta Delegatura revocará la decisión adoptada por la Dirección de Signos Distintivos al encontrar que no se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad absoluta contenida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones.

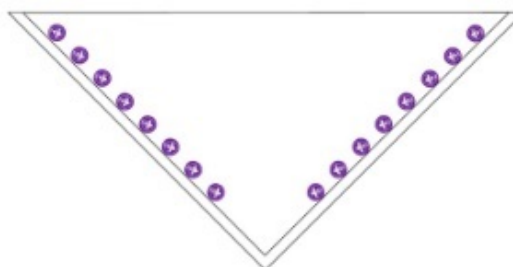
En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Revocar la decisión contenida en la Resolución N° 56877 de 24 de octubre de 2019, proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO SEGUNDO: Conceder el registro de:

Marca (Figurativa)



¹⁴ 100-IP-2005.

Resolución N° 17636

Ref. Expediente N° SD2018/0047237

Para distinguir los servicios comprendidos en las clases:

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; importación y exportación de prendas de vestir y en general artículos destinados al uso de personas que practiquen esculatismo.

41: Servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales dirigidas principalmente a grupos que practiquen el esculatismo.

De la Clasificación Internacional de Niza edición N° 11.

Titular:

ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA
CALLE 34 No 25-69
BOGOTÁ D.C., COLOMBIA.

Vigencia:

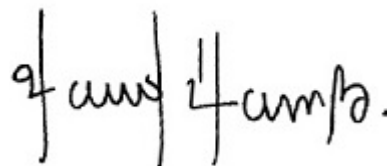
Diez (10) años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente Resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar a ASOCIACION SCOUTS DE COLOMBIA, parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

Notifíquese y Cúmplase

Dada en Bogotá D.C., a los 16 de abril de 2020



MARÍA JOSÉ LAMUS BECERRA
Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial

