



Universidad del Azuay

Facultad de Ciencias Jurídicas

Escuela de Derecho

**El color como elemento distintivo del derecho
marcario en Ecuador**

Autora:

Ana Paula Sigüenza Vélez

Director:

Paúl Rolando León Altamirano

**Cuenca – Ecuador
2025**

DEDICATORIA

A mi mamá, Paola, por ser mi motor, mi inspiración diaria, el amor que me sostiene en todo momento, y por ser la fuerza que me impulsa siempre.

A mi papá, Pablo, por ser mi ejemplo a seguir, por su amor, y por enseñarme que rendirse no es una opción. Gracias por mostrarme, con tu vida, que los sueños se alcanzan con esfuerzo.

A mi hermana mayor, Pamela, por ser mi compañera de vida, por sus consejos, su apoyo y por su alegría que ilumina mis días.

A mi hermana menor, Martina, porque incluso siendo la más pequeña, ha sido una muestra de amor, ternura y fortaleza. Ella me recuerda la importancia de mirar el mundo con otros ojos y a encontrar belleza en lo simple.

A mi familia, gracias por creer en mí incluso en mis silencios, por ser mis alas cuando he querido volar y mi impulso cuando he dudado. Gracias por su acompañamiento en cada paso de mi camino personal y profesional, por su confianza y amor incondicional. Nada de lo que soy ahora hubiera sido posible sin ustedes.

A mis abuelos, Hernán y Jenny, por emocionarse con cada uno de mis logros y sostenerme con su cariño en mis momentos difíciles. Su orgullo ha sido mi impulso.

A mis abuelos, Consuelo y Rómulo, porque sé que este sueño también es de ustedes, llevaré siempre su amor en mi corazón.

A mis amigas, porque su amistad verdadera me ha salvado la vida muchas veces aún sin que nadie lo note.

Cada página escrita guarda un pedacito de quienes amo, a cada uno de ustedes, gracias por ser mi inspiración, mi historia y un poquito de lo que soy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi tutor de tesis, Paúl, por el apoyo brindado durante toda esta trayectoria, por sus conocimientos y su profesionalismo.

De igual manera, a Susana, por su acompañamiento, su guía, y por haber estado detrás de todo este proceso.

A ustedes, una mención especial porque este logro ha sido gracias a su apoyo, su paciencia y su cariño.

RESUMEN

La presente investigación analiza el color como elemento distintivo dentro del derecho marcario ecuatoriano y su tratamiento frente al principio de libre competencia. El objetivo del estudio fue examinar el marco normativo nacional e internacional aplicable, identificar los criterios jurisprudenciales relevantes y determinar la necesidad de ciertos cambios jurídicos o normativos que garanticen seguridad jurídica y evite restricciones injustificadas en el mercado.

El trabajo se fundamentó en la doctrina del derecho marcario, la Decisión 486 de la Comunidad Andina, el Código Ingenios y precedentes judiciales como *Louboutin vs. Van Haren*, *Red Bull vs. EUIPO* y *Claro vs. Futurity*. Se aplicó un método analítico-comparativo, revisando normas, doctrina y casos emblemáticos en Ecuador, América Latina y Europa.

Los resultados demostraron que el sistema ecuatoriano carece de parámetros técnicos uniformes para el registro de marcas de color, lo que genera vacíos normativos y decisiones administrativas dispares. Se concluyó que es necesario fortalecer el marco jurídico incorporando lineamientos claros sobre la representación cromática, la prueba de distintividad adquirida y los límites de protección para evitar monopolios cromáticos.

El estudio propone la reforma de los artículos 361, 362 y 365 del Código Ingenios, la creación de guías técnicas para el SENADI y la coordinación con la Superintendencia de Competencia Económica. Se concluye que un sistema equilibrado permitirá proteger la creatividad empresarial sin afectar la innovación ni la libre competencia.

Palabras clave: color, distintividad, derecho marcario, libre competencia, elemento distintivo.

ABSTRACT

This research analyzes color as a distinctive element within Ecuadorian trademark law and its treatment in relation to the principle of free competition. The aim of the study was to examine the applicable national and international regulatory framework, identify relevant jurisprudential criteria, and determine the need for certain legal or regulatory changes to ensure legal certainty and avoid unjustified restrictions in the market.

The work was based on trademark law doctrine, Decision 486 of the Andean Community, the Ingenios Code, and legal precedents such as *Louboutin v. Van Haren*, *Red Bull v. EUIPO*, and *Claro v. Futurity*. An analytical-comparative method was applied, reviewing regulations, doctrine, and landmark cases in Ecuador, Latin America, and Europe.

The results showed that the Ecuadorian system lacks uniform technical parameters for the registration of color trademarks, which leads to regulatory gaps and inconsistent administrative decisions. It was concluded that the legal framework needs to be strengthened by incorporating clear guidelines on color representation, proof of acquired distinctiveness, and limits of protection to prevent color monopolies.

The study proposes reforming Articles 361, 362, and 365 of the Ingenios Code, creating technical guidelines for SENADI, and coordinating with the Superintendency of Economic Competition. It concludes that a balanced system will protect business creativity without affecting innovation or free competition.

Keywords: color, distinctiveness, trademark law, free competition, distinctive element.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. EXAMINAR EL MARCO NORMATIVO ECUATORIANO SOBRE LA PROTECCIÓN DEL COLOR COMO MARCA, EN COMPARACIÓN CON LA LEGISLACIÓN INTERNACIONAL Y LOS TRATADOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL.....	2
1.1. Fundamentos legales del derecho marcario en el ordenamiento jurídico ecuatoriano	2
1.1.1. Anclaje constitucional y legal.....	2
1.1.2. Competencia y funciones del SENADI.....	2
1.1.3. El color como signo en la Decisión Andina 486: eje normativo aplicable en Ecuador.....	3
1.1.4. Procedimiento y prueba en Ecuador: particularidades para marcas de color	4
1.2. La regulación del color como marca en instrumentos internacionales y su aplicabilidad en Ecuador	5
1.2.1. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).....	5
1.2.2. Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	7
1.2.3. Requisitos para la registrabilidad de las marcas.....	8
1.2.4. Interpretación uniforme andina (TJCA) como filtro de aplicabilidad.....	9
1.2.5. Perspectiva europea sobre las funciones de la marca más allá de lo distintivo..	10
1.3. Análisis comparado de las disposiciones normativas nacionales e internacionales sobre marcas de color	12
CAPÍTULO 2. IDENTIFICAR LOS CRITERIOS JURISPRUDENCIALES APLICADOS EN ECUADOR Y EN OTROS PAÍSES EN CASOS EMBLEMÁTICOS SOBRE MARCAS DE COLOR.	14

2.1. Jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en materia de marcas no convencionales	14
2.1.1. Interpretación Prejudicial 120-IP-2021 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA).....	14
2.1.2. Interpretación del Proceso 01-AI-2017: Acción de Incumplimiento interpuesta por ACAVA LIMITED contra la República de Colombia por el color rosado Pantone 183C	16
2.1.3. Interpretación Prejudicial 619-IP-2019 (TJCA): criterios operativos para marcas de color y marcas notoriamente conocidas. Caso Nestlé	18
2.2. Estudio crítico de casos y su impacto en la interpretación del color como marca	19
2.2.1. Caso Louboutin vs. Van Haren (C-163/16)	19
2.2.2. Caso Red Bull vs. EUIPO (T-101/15 y T-102/15); confirmado por C-124/18 P	20
2.3. Tendencias jurisprudenciales en América Latina y Europa sobre la forma específica y distintividad del color	20
2.4. Análisis de resoluciones administrativas del SENADI sobre el registro de marcas de color en Ecuador	22
CAPÍTULO 3. CUESTIONAR LOS VACÍOS NORMATIVOS EN LA LEGISLACIÓN ECUATORIANA Y DETERMINAR SI EXISTE LA NECESIDAD DE UNA REFORMA LEGAL QUE GARANTICE LA SEGURIDAD JURÍDICA Y EVITE RESTRICCIONES INJUSTIFICADAS EN LA COMPETENCIA.	25
3.1. Diagnóstico de las limitaciones normativas y técnicas en el registro de marcas de color en Ecuador.....	25
3.2. Conflictos entre la protección exclusiva del color y el principio de libre competencia.....	27
3.3. Argumentos doctrinales y técnicos que sustentan la necesidad de una reforma jurídica.....	28
CAPÍTULO 4. PROPONER SOLUCIONES PARA GARANTIZAR UN EQUILIBRIO ENTRE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y EL ACCESO EQUITATIVO AL USO DE COLORES EN EL MERCADO, EVITANDO PRÁCTICAS RESTRICTIVAS QUE PUEDAN AFECTAR LA LIBRE COMPETENCIA Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL.	31
4.1. Criterios técnicos para fortalecer el proceso de registro de marcas en Ecuador	31
4.2. Propuesta de lineamientos jurídicos que armonicen la protección marcaria con la libre competencia.....	34

4.3. Estrategias institucionales y regulatorias para garantizar seguridad jurídica e innovación en el mercado	36
CONCLUSIONES.....	41
REFERENCIAS	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Marca Christian Louboutin	21
Figura 2 Marca Red Bull	22

INTRODUCCIÓN

El color como elemento distintivo del derecho marcario se sitúa en el ámbito de la propiedad intelectual, un campo que reúne mecanismos de protección con finalidades y límites distintos. La presente investigación, se centra en el color, el cual, al ser un signo visual, puede convertirse en un identificador de marca cuando adquiere capacidad distintiva en el mercado, y dicha función se adquiere a través del uso constante, prolongado y exclusivo en relación a productos o servicios específicos. Y, para que el color sea considerado un signo distintivo, debe trascender su condición estética o decorativa y lograr que el público lo asocie con un origen empresarial.

La marca cumple una doble función: configura un derecho exclusivo del titular y, a la vez, actúa como instrumento de ordenación del mercado que permite identificar procedencia, diferenciar ofertas y transmitir reputación y calidad de manera estable (Fernández-Nóvoa & García, 2001).

El color puede funcionar como indicador de origen cuando el mercado aprende a asociarlo de manera inequívoca, con una empresa; por ello, la distintividad adquirida suele ser la vía decisiva para su protección (González, 2020) (Mateus Bernal, 2022). Pues, para que un color pueda ser susceptible de registro como marca debe cumplir con requisitos específicos:

Primero, la distintividad, la misma que puede ser originaria cuando el color de por sí es distintivo; o, adquirida, cuando se ha convertido en distintivo por su uso. Segundo, la representación gráfica clara y precisa, lo que implica describir el color mediante códigos técnicos reconocidos internacionalmente como el Pantone, con la finalidad de evitar la monopolización. Y, tercero, la no funcionalidad, que hace referencia a la prohibición de registrar colores que cumplan funciones utilitarias o técnicas de los productos debido a que afectaría a la libre competencia y limitaría a otras empresas a recursos necesarios (Comisión de la Comunidad Andina, 2000; Ramírez, 2008).

Cabe recalcar que la jurisprudencia andina ha establecido que el registro de un color debe evaluarse bajo los criterios de razonabilidad, proporcionalidad y necesidad, con la finalidad de garantizar equilibrio entre el interés privado del titular de la marca y el interés público del mercado.

CAPÍTULO 1. EXAMINAR EL MARCO NORMATIVO ECUATORIANO SOBRE LA PROTECCIÓN DEL COLOR COMO MARCA, EN COMPARACIÓN CON LA LEGISLACIÓN INTERNACIONAL Y LOS TRATADOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1.1. Fundamentos legales del derecho marcario en el ordenamiento jurídico ecuatoriano

1.1.1. Anclaje constitucional y legal

El punto de partida es el reconocimiento constitucional de la propiedad intelectual y la habilitación al legislador para establecer sus condiciones conforme el artículo 322 de la Constitución del Ecuador del 2008. Sobre esa base, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad e Innovación (COESCCI) organiza el Sistema Nacional de Propiedad Intelectual, define estructuras institucionales y distribuye competencias administrativas, en particular las del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) para el registro y la observancia de signos distintivos.

A diferencia de otras materias, en propiedad intelectual, Ecuador participa de un régimen supranacional andino, también conocido como la Comunidad Andina. Por ello, el contenido sustantivo del derecho marcario se rige principalmente por la Decisión Andina 486, cuyas disposiciones son de aplicación directa en el territorio nacional y vinculan a la administración (SENADI) y a los jueces contencioso-administrativos. El COESCCI y su reglamento regulan principalmente las facetas procedimentales (trámite, plazos, tasas, medidas cautelares, ejecución), así como la articulación institucional del sistema.

Por su parte, los requisitos de protección de las marcas se encuentran desarrollados en el artículo 359, numeral 5, disposición que aborda de forma específica el tratamiento de los colores como signo distintivo y fija las condiciones y límites para su protección, en armonía con la Decisión 486 y la práctica del SENADI.

1.1.2. Competencia y funciones del SENADI

El SENADI actúa como la puerta de entrada del sistema marcario ecuatoriano. Le corresponde recibir las solicitudes y conducir su estudio integral: primero, un examen de forma que verifique que el signo esté correctamente representado, en el caso

de signos no tradicionales, como el color, que la muestra y la identificación técnica sean claras, y que se cumplan los demás requisitos formales del trámite; y, después, un examen de fondo a la luz de la Decisión 486 de la Comunidad Andina y de los criterios técnicos vigentes, para comprobar aptitud distintiva, ausencia de funcionalidad y el no encuadre en prohibiciones absolutas o relativas.

Una vez admitida la solicitud, la entidad dispone su publicación para conocimiento de terceros y sustancia las oposiciones que se presenten, garantizando la contradicción y la valoración de la prueba pertinente. Concluida esa etapa, el SENADI está facultado para otorgar o denegar el registro, así como para declarar nulidades cuando concurren causales, mediante decisiones motivadas en sede administrativa, sin perjuicio de la revisión judicial que corresponda.

Además, el SENADI ejerce competencia en observancia de derechos marcarios ya concedidos: vigila el mercado y sanciona infracciones administrativas, pudiendo disponer medidas como el cese del uso indebido, el retiro o comiso de productos y la adopción de medidas cautelares cuando resulte necesario. Todo ello se aplica bajo un principio de proporcionalidad, procurando restaurar el equilibrio competitivo y proteger al consumidor sin imponer restricciones mayores a las imprescindibles.

1.1.3. El color como signo en la Decisión Andina 486: eje normativo aplicable en Ecuador

La Decisión Andina 486 delimita con precisión el campo de lo registrable en materia marcaria cuando se trata de colores. Por una parte, el artículo 134 literal e) abre la posibilidad de protección al color siempre que esté delimitado por una forma, e igualmente a las combinaciones de colores, solución que permite identificar con claridad el signo reivindicado y su modo de aplicación. En sentido contrario, el artículo 135 literal h) cierra el paso al color aisladamente considerado, esto es, al tono sin una delimitación específica, a fin de evitar apropiaciones excesivas de recursos cromáticos necesarios para la competencia.

Ahora bien, la propia norma introduce un mecanismo de flexibilidad: el inciso final del artículo 135 reconoce la distintividad adquirida por el uso como una vía excepcional para superar determinadas prohibiciones absolutas, cuando el público relevante ha llegado a asociar ese color (en el modo en que se utiliza) con un origen empresarial concreto. Finalmente, el artículo 155 perfila el alcance del derecho del

titular al establecer su *ius prohibendi*, esto es, la facultad de impedir en el tráfico económico los usos idénticos o confundibles del signo para productos o servicios relacionados, con base en la función esencial de la marca como indicador de procedencia.

1.1.4. Procedimiento y prueba en Ecuador: particularidades para marcas de color

El Manual para el Examen de Marcas en los Países Andinos (2023) armoniza criterios para el examen de marcas de color y fija un estándar claro: el color es registrable cuando está delimitado por una forma o cuando se reivindica una combinación de colores; esa delimitación sirve a la representación, no convierte a la forma en elemento distintivo ni exige que la forma sea original. Pues, la distintividad recae en el color y en su modo de aplicación; por ello, la representación debe ser precisa e inequívoca y acompañarse de identificación técnica mediante códigos internacionalmente reconocidos como el Pantone, de modo que el público y la autoridad determinen con claridad el alcance del signo reivindicado.

Asimismo, con el fin de garantizar claridad y seguridad jurídica, es práctica consolidada incorporar un *disclaimer* que excluya la forma usada únicamente para exhibir el color. De este modo, se precisa que la exclusividad solicitada recae solo en el tono y en su modo de aplicación, y no en el contorno o marco gráfico empleado para representarlo.

En cuanto al procedimiento, el Manual ordena cinco etapas: examen de forma, publicación, oposición, examen de fondo y resolución. En el examen de forma se verifica el cumplimiento de los requisitos de la Decisión Andina 486, específicamente contemplados en los artículos 138 y 139, incluida la reproducción de la marca y los datos esenciales del petitorio; luego se publica para que terceros puedan oponerse; y, superada esa fase, se ingresa al examen sustantivo.

En el examen de fondo, se recuerda el límite central: no son registrables los colores “aisladamente considerados” (art. 135, literal h Decisión 486), en especial los colores fundamentales o puros del espectro, debido a que monopolizarlos afectaría la competencia. Pues lo que exige el Derecho Marcario para los colores es la delimitación y la ausencia de otras causales de irregistrabilidad.

Una vez que la solicitud supera la revisión formal, se publica para que cualquier tercero pueda oponerse y aportar pruebas, tomando en cuenta que, en marcas de color, las oposiciones suelen basarse en que el tono es habitual en el sector, que cumple una función técnica o estética indispensable, o que existe proximidad cromática con un registro anterior. Por lo tanto, esta etapa permite a la autoridad contar con más información antes de decidir y protege la transparencia del procedimiento (SENADI, 2023).

Si el solicitante alega distintividad adquirida, la carga de la prueba es alta. En ese caso se recomienda presentar encuestas con metodología válida que se especifica que deben ser muestras de al menos 400 personas con preguntas no sugestivas y tarjetas solo con el color (sin ningún tipo de logotipo), además de historial de uso consistente del mismo tono, inversión publicitaria atribuible a la estrategia cromática y datos de mercado. De esta manera, la autoridad podrá comprobar que el público reconoce el color, en ese modo de aplicación, como indicador de origen (SENADI, 2023).

En observancia, para determinar si hay infracción se utilizan peritajes que miden la cercanía de los tonos mediante códigos internacionales reconocidos como el Pantone, y se analiza además el modo de aplicación, el contexto de comercialización y el grado de atención del consumidor. Y, en caso de que se verifique que ha existido una violación, proceden medidas como el cese, el retiro o comiso de productos, siempre bajo criterios de proporcionalidad.

1.2. La regulación del color como marca en instrumentos internacionales y su aplicabilidad en Ecuador

1.2.1. Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

El Acuerdo sobre los ADPIC dispone que cualquier signo capaz de distinguir puede ser marca, y menciona expresamente las combinaciones de colores. Cuando un signo no sea intrínsecamente distintivo, los Miembros pueden requerir distintividad adquirida para su registro. Por lo tanto, el Acuerdo no impone una técnica de representación, pero su lógica exige publicidad suficiente del alcance del signo.

A efecto de la investigación realizada, es importante tomar en cuenta el artículo 15 del ADPIC, el cual se puede interpretar como el punto de partida internacional que

legítima la protección de signos cromáticos bajo el derecho de marcas. La norma establece que cualquier signo o combinación de signos capaz de distinguir puede constituir marca; en donde se mencionan de forma expresa las combinaciones de colores, y se delega a los Miembros a exigir carácter distintivo adquirido por el uso cuando el signo no sea distintivo por sí mismo, así como a requerir que el signo sea perceptible visualmente para su registro. Ello implica que los ordenamientos pueden admitir la protección de esquemas cromáticos siempre que se acredite su función que indique el origen y se cumplan las exigencias formales de representación. (OMC, 1994, art. 15.1).

En cuanto al segundo numeral, el precepto añade que nada impide a un Estado “denegar registros por otros motivos” compatibles con el Convenio de París; aplicado al color, esto abre espacio para límites por funcionalidad, necesidad competitiva u otras causales previstas en el derecho interno, siempre que no contradigan los compromisos internacionales. (OMC, 1994, art. 15.2).

En cuanto al uso, el ADPIC permite que cada Estado subordine el otorgamiento del registro a la acreditación de explotación del signo; sin embargo, precisa que no es requisito demostrar uso efectivo para presentar la solicitud, ni puede rechazarse esta únicamente porque el signo aún no haya sido utilizado dentro de los tres años siguientes a la fecha de presentación. En el caso de las marcas de color, esto habilita a iniciar el trámite mientras la estrategia cromática se implementa, sin perjuicio de que, más adelante, el ordenamiento exija probar el uso para mantener la vigencia del registro (OMC, 1994, art. 15.3).

Por otra parte, se debe tener en cuenta que la naturaleza del servicio o producto, nunca debe ser un obstáculo al registro de la marca; es decir, el hecho de que el signo sea un color aplicado a determinados bienes o servicios no puede, por sí solo, bloquear el acceso al registro. (OMC, 1994, art.15.4).

Finalmente, el ADPIC exige publicar las marcas antes o inmediatamente después del registro y abrir una oportunidad razonable para solicitar la anulación; además, permite ofrecer oposición. En materia cromática, este paso procedimental es crucial porque permite que terceros cuestionen, por ejemplo, la habitualidad del color en el sector, su funcionalidad o la proximidad con derechos preexistentes, fortaleciendo el control de legalidad y la transparencia. (OMC, 1994, art. 15.5).

En cuanto a Ecuador, al ser Estado Miembro de la Organización Mundial del Comercio, incorpora el estándar mínimo del Acuerdo; pues la Decisión Andina 486 concreta ese estándar en la región andina, habilitando el color delimitado y, de forma más restrictiva, las combinaciones, siempre con claridad y precisión representativa, excluyendo el color aisladamente considerado. Asimismo, prevé que ciertas prohibiciones absolutas puedan superarse si el signo ha adquirido carácter distintivo por el uso (art. 135), lo que dialoga directamente con el enfoque de distintividad adquirida contemplado por el ADPIC (OMC, 1994, art. 15.1; Comunidad Andina, 2000, arts. 134.e, 135.h y 135).

En otras palabras, el Acuerdo ADPIC legitima la protección de los colores como signos distintivos, mientras que el régimen andino define la técnica jurídica para hacerlo sin afectar la competencia: delimitar el color en la representación, describirlo con precisión y exigir prueba sólida cuando el color no sea intrínsecamente distintivo.

En el plano procedimental, como se mencionó anteriormente, el ADPIC exige la publicación de las solicitudes y la posibilidad de oposición o anulación por parte de terceros, como mecanismos de control y transparencia (OMC, 1994, art.15.5). En cuanto al contenido del derecho, el art. 16 reconoce al titular la facultad de impedir usos idénticos o similares capaces de generar confusión, es decir, el núcleo del ius prohibendi, que la normativa andina reúne de forma específica en el art. 155 de la Decisión 486, aplicado en la práctica administrativa ecuatoriana (OMC, 1994, art. 16; Comunidad Andina, 2000, art. 155).

1.2.2. Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

El Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas no se pronuncia sobre si un Estado debe permitir o no el registro de marcas de color; más bien, su propósito fundamental es armonizar los requisitos formales y procedimentales para aquellos sistemas legales que ya reconocen esta posibilidad. De esta manera, el tratado establece reglas claras sobre lo que las oficinas de propiedad intelectual pueden solicitar y cómo deben presentarse las solicitudes, lo que incrementa la claridad y la previsibilidad en el proceso (OMPI, 2011).

Por lo tanto, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual tiene ciertas reglas en cuanto a que cuando se pretende amparar un color como elemento distintivo

de una marca, la autoridad competente puede exigir al solicitante que identifique con exactitud cada tonalidad, ya sea mediante su denominación o a través de un código cromático reconocido; adicionalmente, puede requerir que indique las zonas principales del signo en las que dicho color se aplica. Esto permite que el objeto de derecho esté correctamente delimitado y se eviten ambigüedades en la protección del mismo (OMPI, 2011, Regla 3).

Este reglamento también limita las exigencias formales. Por ejemplo, si se reivindica un color, la oficina puede pedir hasta un máximo de cinco reproducciones en blanco y negro y hasta cinco a color, con la intención de poder equilibrar la necesidad de representar adecuadamente el signo con un número razonable de documentos, evitando cargas excesivas para el solicitante (OMPI, 2011, Regla 3.3.b.).

Si la solicitud afirma que la marca consiste únicamente en un color o combinación de colores sin contornos, se debe aportar una muestra de ese color o colores. Adicionalmente, la oficina puede pedir:

1. Indicar el nombre común del color;
2. Describir cómo se aplica el color a los productos o cómo se usa frente a los servicios, y
3. Consignar códigos de color reconocidos que el solicitante elija y que la oficina acepte.

Reforzando de esta manera la precisión representativa del signo cromático (OMPI, 2011, Regla 4).

1.2.3. Requisitos para la registrabilidad de las marcas

Para que un color pueda inscribirse como marca, debe superar tres requisitos fundamentales establecidos para los signos distintivos, además de las exigencias propias acorde a su naturaleza. Primero, la distintividad, en donde puede ser originaria si es que el color de por sí es distintivo; o, cuando se ha vuelto distintivo con el uso, que a esto se lo conoce como carácter distintivo adquirido, conforme al estándar mínimo del ADPIC (OMC, 1994).

Segundo, la representación gráfica: la autoridad exige que el signo cromático se delimite y se identifique técnicamente mediante códigos reconocidos como el Pantone, Focoltone, etc., y, cuando corresponda, que se describa cómo se aplica el color, con el

fin de eliminar ambigüedades sobre el alcance del derecho reclamado (SENADI, 2023, pp.25-26).

Tercero, la no funcionalidad y la protección de la competencia: no procede conceder exclusividad sobre elementos que otorguen una ventaja técnica o funcional, ni sobre colores “puros” cuyo monopolio impediría a los competidores acceder a recursos cromáticos necesarios en el mercado; (Comunidad Andina, 2000, art. 135.d; TJCA, cit. en SENADI, 2023, pp. 106-108, 124).

1.2.4. Interpretación uniforme andina (TJCA) como filtro de aplicabilidad

En el contexto ecuatoriano, el acogimiento de los estándares internacionales sobre marcas, incluyendo claramente la protección del color, se regulariza a través de la Decisión 486 y de la práctica administrativa de la oficina nacional, guiada por el Manual para el examen de marcas en los Países Andinos del SENADI; esto convierte principios globales como el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, por lo cual, en conjunto existen reglas que indican qué puede protegerse, cómo debe representarse y bajo qué condiciones procede la exclusividad (Comisión de la Comunidad Andina, 2000; OMC, 1994; SENADI, 2023).

Primero, el régimen define el objeto protegible, el cual admite el registro de un color delimitado por una forma y de combinaciones de colores (Decisión 486, art. 134.e). Pero, se excluye, en cambio, el color aisladamente considerado, esto es, el color “en abstracto” sin marco que lo circunscriba (art. 135.h). Esto responde a una lógica procompetitiva, que desea impedir que la exclusividad recaiga sobre tonos “básicos” o habituales de un sector de modo que restrinja el acceso de terceros a recursos cromáticos necesarios (Comunidad Andina, 2000, arts. 134.e y 135h).

Segundo, el sistema exige una representación clara, precisa y objetiva del signo cromático. Pues, la administración solicita identificación técnica del tono mediante códigos reconocidos como el Pantone, y una descripción del modo de aplicación del color respecto de los productos o servicios, a fin de delimitar el alcance del derecho y evitar ambigüedades (SENADI, 2023, pp. 25-26). Este requisito sirve como barrera ex ante frente a monopolios difusos sobre los colores.

Tercero, la distintividad funciona como condición para el registro. El color puede ser intrínsecamente distintivo, pero también existe la distintividad adquirida por

el uso que es la vía idónea para legitimar la exclusividad cuando el tono es reconocido por el mercado y lo asocian con la marca.(Comisión de la Comunidad Andina, 2000, art. 135; Organización Mundial del Comercio, 1994, art. 15.1)

Además, aún cuando el color se delimite y represente adecuadamente, el examen material incorpora un control de razonabilidad, proporcionalidad y necesidad, en donde el tono no debe ser funcional, ni común o característico del género de producto en el mercado relevante. De esta manera, se equilibra el interés privado del solicitante con el interés público del mercado y de preservar la competencia efectiva, evitando que la marca se convierta en un título de exclusión sobre recursos cromáticos indispensables (SENADI, 2023, pp. 106-108, 124).

Por último, el contenido del derecho queda limitado por el *ius prohibendi* andino porque el titular puede impedir usos idénticos o similares capaces de generar confusión o asociación en el mercado, incluyendo su aplicación en envases, etiquetas o embalajes (Comunidad Andina, 2000, art. 155).

1.2.5. Perspectiva europea sobre las funciones de la marca más allá de lo distintivo

En el discurso doctrinal y jurisprudencial europeo, históricamente se ha reconocido que la función principal de la marca radica en señalar el origen comercial de bienes o servicios. Esta función que es el elemento central de su protección jurídica, cumple una misión fundamental: garantizar al consumidor que lo que adquiere proviene de una fuente determinada, brindando seguridad y confianza (Peguera, 2014).

Sin embargo, hoy día el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha enriquecido esta perspectiva, incorporando otras dimensiones igualmente relevantes desde una óptica económica y estratégica. En este sentido, la marca ya no se limita a ser un simple identificador, sino que se erige como herramienta publicitaria y activo de inversión, que son funciones que complementan y refuerzan su valor.

En lo que respecta a la función publicitaria, la marca se convierte en un canal directo de comunicación con el consumidor. Ya no es únicamente un signo identificador, sino que actúa como un mensaje silencioso que transmite valores, genera recuerdos e incluso emociones, y posiciona un producto en la mente del público. Esta dimensión ha sido resaltada en casos como *L'Oréal vs. Bellure*, donde el Tribunal de Justicia de la Unión Europea enfatizó que la marca no solo diferencia, sino que también se utiliza con

fines promocionales y comerciales (Tribunal de Justicia de la Unión Europea, 2009). Desde mi criterio, me resulta coherente con la realidad del mercado actual, en el que las decisiones de consumo están cada vez más influidas por percepciones emocionales y campañas de marketing asociadas a la marca.

Por otro lado, la función de inversión toma en cuenta que una marca es también un activo en el que las empresas destinan recursos, esfuerzo y estrategia con el fin de consolidar una reputación en el tiempo. Como lo reconoció el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el caso Interflora, la protección marcaria debe cubrir no solo la distintividad de origen, sino también la capacidad de la marca de atraer nuevos consumidores y conservar la lealtad de los ya existentes (TJUE, 2011). A mi juicio, esta función refleja la lógica empresarial contemporánea: detrás de cada signo distintivo hay una inversión sostenida en calidad, publicidad y prestigio, que no puede ser vulnerada por usos indebidos de terceros que busquen aprovecharse de esa reputación.

Se considera que el reconocimiento de estas funciones adicionales brinda más realismo y seguridad al sistema jurídico. Pues, no se trata de transmitir de manera arbitraria los derechos del titular, sino de ajustar la protección marcaria a la dinámica actual del comercio, donde la marca es un signo con una voz publicitaria y un patrimonio intangible que al momento de ignorar estas dimensiones sería desconocer que la fuerza competitiva de una marca no radica únicamente en su capacidad de distinguir, sino también en su poder para comunicar y en el valor económico acumulado que representa.

Desde un enfoque crítico, la línea jurisprudencial del TJUE constituye un avance positivo porque logra mantener un equilibrio entre la protección marcaria y la competencia leal. La idea es que no se trata de prohibir de forma absoluta cualquier uso de una marca por parte de terceros, sino de sancionar únicamente aquellos supuestos en los que se pone en riesgo la reputación, la fuerza comunicativa o la estructura estratégica que la marca ha consolidado en el mercado.

Asimismo, se considera que la protección de una marca debe ir más allá de solo la comprobación de la distintividad o de la posibilidad de confusión. El análisis exige valorar si la aplicación del signo por parte de otro operador económico repercute en su capacidad para mantenerse visible, en la solidez de su reputación o en el vínculo de

confianza que sostiene con los consumidores. En este sentido, el examen jurídico no puede ser superficial, sino integral y atento a la dinámica competitiva.

Por último, es importante resaltar que la visión del TJUE no es estática ni formalista, sino adaptada al contexto en el que la marca opera. Determinar si existe dilución, aprovechamiento indebido o debilitamiento de la notoriedad requiere un análisis particular, que atienda a variables como el grado de reconocimiento público, la trayectoria de reputación alcanzada e, incluso, las particularidades de los entornos digitales actuales, donde la exposición y la competencia adquieren una dimensión diferente y más compleja.

1.3. Análisis comparado de las disposiciones normativas nacionales e internacionales sobre marcas de color

Después de conocer cada una de las disposiciones, resulta útil comparar el enfoque andino-ecuatoriano con el estándar internacional. En la región andina y, por ende, en Ecuador, el objeto protegible es un color delimitado por una forma y las combinaciones de colores; mientras que, el color en abstracto, queda excluido. Esto responde a una lógica de competencia efectiva y actúa como barrera frente a apropiaciones cromáticas amplias (Comunidad Andina, 2000, arts. 134.e y 135.h). Por otro lado, el Acuerdo ADPIC adopta una cláusula abierta que menciona que “cualquier signo” que sea capaz de distinguir, incluyendo combinaciones de colores, habilita que cada miembro exija carácter distintivo adquirido cuando el signo no lo tenga de origen, dejando margen regulatorio sobre la técnica de representación (OMC, 1994, art. 15.1).

En cuanto a la representación, el enfoque andino resalta la claridad y precisión: identificación técnica del tono como por ejemplo Pantone, descripción del modo de aplicación en el producto o su presentación y, cuando proceda, un disclaimer que aclare que la forma cumple una función meramente delimitante. Mientras que para combinaciones, se espera un arreglo sistemático que haga reconocible la disposición entre colores; y esto permite que se deje a un lado las ambigüedades y que se pueda delimitar con exactitud el perímetro del derecho (SENADI, 2023, pp. 25-26).

Con respecto de la distintividad, los ordenamientos convergen en lo esencial. En el sistema andino, la distintividad intrínseca del color es excepcional; lo más habitual es acreditar distintividad adquirida por el uso, mediante evidencia empírica, ya sean encuestas válidas, series de uso consistente del mismo tono, inversión publicitaria

atribuible a la estrategia cromática y datos de mercado que demuestren asociación de origen. Por otro lado el ADPIC, autoriza que la registrabilidad se condicione a esa distintividad adquirida cuando el signo no sea distintivo ab initio, es decir, distintivo desde el comienzo, de esta manera el color puede acceder al registro si el mercado ya lo identifica como indicador de procedencia (OMC, 1994, art. 15.1; SENADI, 2023)

Acerca de los límites, el régimen andino exige no funcionalidad, analiza la necesidad competitiva del tono y verifica su habitualidad en el sector. Del otro lado, la práctica comparada llega a conclusiones similares que la marca no debe traducirse en una exclusividad indebida sobre recursos cromáticos necesarios ni debe otorgar ventajas técnicas o estéticas que afecten la competencia (Comunidad Andina, 2000; SENADI, 2023).

Por último, el alcance del derecho tiene criterios de precisión, en donde, en el contexto andino, el ius prohibendi se vincula al tono tal como fue identificado, al modo de aplicación declarado y a las clases reivindicadas y no queda monopolizada por sí misma. De forma semejante, el estándar internacional tiende a proteger la combinación “tono + aplicación” definida en el expediente, lo que facilita el control por terceros. (Comunidad Andina, 2000, art. 155; SENADI, 2023).

CAPÍTULO 2. IDENTIFICAR LOS CRITERIOS JURISPRUDENCIALES APLICADOS EN ECUADOR Y EN OTROS PAÍSES EN CASOS EMBLEMÁTICOS SOBRE MARCAS DE COLOR.

2.1. Jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en materia de marcas no convencionales

2.1.1. Interpretación Prejudicial 120-IP-2021 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA)

Para situar el tema, es importante tomar en cuenta qué es la Clasificación de Niza, el cual es un sistema internacional que ordena los productos y servicios en 45 clases, de las cuales 34 son de productos y 11 de servicios, y, se aplica al registro de marcas. En Ecuador, aplicamos esta clasificación en el trámite marcario y guía al solicitante para escoger la clase correcta conforme a este sistema reconocido internacionalmente (SENADI, 2021).

Ahora bien, en este proceso de Interpretación Prejudicial, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA) establece un marco técnico y coherente para valorar la registración de marcas compuestas por color dentro del régimen de la Decisión 486. El caso surge a partir de una controversia para la posibilidad de registrar el color rosado Pantone 183C para productos de la clase 32 de Niza y, a partir de ese contexto, el juez nacional pide pautas sobre tres puntos: (i) si el signo satisface los requisitos del art. 134 (concepto de marca), (ii) si ostenta carácter distintivo suficiente para cumplir la función de indicar origen empresarial, y (iii) si lo solicitado corresponde realmente a un color delimitado por una forma específica. El Tribunal, además, delimita los temas objeto de interpretación: noción y requisitos de marca, causales de irregistrabilidad por falta de distintividad, reglas para el registro de color delimitado por forma y el vínculo entre marca de color y libre competencia (TJCA, 2022).

Para empezar, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina recuerda que marca es “cualquier signo apto para distinguir productos o servicios” y que todas sus funciones dependen de su capacidad distintiva. Por ello, para el registro se exige distintividad y representación gráfica; la perceptibilidad del signo se entiende propio del concepto de marca. La ausencia de distintividad produce causales absolutas de irregistrabilidad conforme a la Decisión 486 (TJCA, 2022).

Respecto a la distintividad, el Tribunal distingue entre una dimensión intrínseca (aptitud del signo, considerado en abstracto, para diferenciar) y otra extrínseca (capacidad real de distinguir en el mercado). Reconoce, además, que un signo puede ser distintivo ab initio o adquirir distintividad por el uso. En el examen, la autoridad debe situar la valoración en el producto o servicio específico y constatar tanto la aptitud en abstracto como su desempeño en el entorno competitivo (TJCA, 2022).

En lo que concierne al color, la regla central es clara: el color delimitado por una forma o por combinaciones de colores puede registrarse si cumple los requisitos marcarios; en cambio, el color aisladamente considerado (sin forma específica) está prohibido por la Decisión 486. La razón de esta prohibición es pro-competitiva, es decir, por la escasez de colores que existen, la apropiación de los colores “puros” o fundamentales son limitados debido a que permitir su apropiación exclusiva podría generar ventajas desproporcionadas y cerrar el acceso a competidores. Pero, si el color está debidamente delimitado y no incurre en otras causales como por ejemplo que no es característico del producto o del empaque o que no sea común al género, el ordenamiento andino admite su registro (TJCA, 2022).

Al realizar un análisis, la Interpretación Prejudicial 120-IP-2021 delimita con claridad el tratamiento que debe darse a las marcas de color dentro del régimen andino. Se estima que el énfasis del Tribunal en diferenciar entre la distintividad intrínseca y la adquirida es un avance metodológico que permite a la autoridad nacional valorar la capacidad real del signo cromático en el mercado, evitando interpretaciones subjetivas y reforzando la seguridad jurídica, al exigir evidencia concreta del reconocimiento del color por parte del consumidor.

Además, la visión pro-competitiva resulta interesante porque impide registrar colores en forma aislada y esta restricción es necesaria para evitar que se monopolice un recurso básico como lo son los colores, los cuales deben estar disponibles para todos los competidores. Aun así, esta limitación obliga a quienes buscan registrar un color a trabajar en estrategias más creativas y bien definidas, lo que en muchos casos impulsa la innovación en el diseño y la comunicación visual de la marca.

En definitiva, se piensa que el pronunciamiento del TJCA establece un punto de equilibrio entre proteger los derechos de propiedad intelectual y preservar la libre

competencia. De esta forma, los derechos exclusivos sobre un color se conceden únicamente cuando existe un verdadero valor distintivo comprobado en el mercado.

Por otro lado, el método de análisis para los signos cromáticos delimitados es conjunto, pues deben de apreciarse de manera unitaria el tono del color y la forma o posición que lo contiene, porque esa delimitación define cómo se presenta el color al consumidor. Este enfoque rige tanto para decidir la registrabilidad como para apreciar la infracción: pues la comparación debe ser integral y causar una impresión global y los demás elementos diferenciadores que coexisten en el mercado (TJCA, 2022).

De forma complementaria, el Tribunal introduce un filtro de competencia: la tutela del color no puede traducirse en monopolización del mercado. Por eso, ordena a las oficinas nacionales evaluar el contexto real de comercialización y aplicar una observación rigurosa en marcas no tradicionales como el color, precisamente por su potencial para restringir la competencia si se conceden sin cautelas (TJCA, 2022).

Tomando en cuenta todo lo mencionado, el Tribunal ordena verificar si el rosado Pantone 183C está correctamente delimitado por una forma, si satisface los requisitos de la Decisión 486 y si su protección no induce a error o confusión ni afecta la competencia. La interpretación es vinculante para la autoridad nacional que debe resolver la causa, conforme al art. 35 del Tratado de Creación del Tribunal y su Estatuto (TJCA, 2022).

Finalmente, al tratarse de una Interpretación Prejudicial, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina no resolvió el fondo del litigio, sino que solamente estableció los estándares para el registro de marcas de color delimitado por una forma, para que se tenga en cuenta, y de ahí remitió el expediente al juez nacional para que sea quien dé la resolución definitiva.

2.1.2. Interpretación del Proceso 01-AI-2017: Acción de Incumplimiento interpuesta por ACAVA LIMITED contra la República de Colombia por el color rosado Pantone 183C

En esta causa, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina fue llamado a controlar si Colombia aplicó correctamente la Decisión 486 al admitir el rosado Pantone 183C como marca de color delimitada por una forma para bebidas de la clase 32. La actora (ACAVA Limited) alegó que dicho otorgamiento contrariaba los artículos 134 y 135 de la Decisión 486, los cuales hablan sobre la prohibición de registrar colores

“aisladamente considerados” y que, en los hechos, la concesión propiciaba un monopolio cromático en un mercado con tonos supuestamente necesarios para competir (TJCA, 2019).

Metodológicamente, el Tribunal precisó el alcance de su competencia en acciones de incumplimiento, en donde el Tribunal no sustituye el criterio técnico de la autoridad nacional ni revalora prueba; sino su tarea es comprobar si la interpretación y aplicación del Derecho Andino son congruentes con la Decisión 486. Bajo ese marco, revisó si la autoridad colombiana había evaluado la distintividad (originaria o adquirida por el uso) y las causales absolutas de irregistrabilidad con arreglo a los bienes y al mercado pertinentes (TJCA, 2019).

En el fondo, el Tribunal reafirmó la arquitectura del sistema andino: el ordenamiento admite el registro de un color delimitado por una forma y de combinaciones de colores (art. 134.e), pero excluye el color en abstracto (art. 135.h). Por lo tanto, esto se relaciona con el proceso 120-IP-2021 ya que la razón es procompetitiva, evitando cerrar el acceso al mercado a los competidores. En cambio, cuando el color está debidamente delimitado y supera el resto de requisitos, el registro es posible (TJCA, 2019).

Aplicando estas reglas al caso, el TJCA verificó que la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia había valorado el signo como un todo, esto es, el tono rosado y el modo de aplicación que resulta de su delimitación por la forma, y que en el expediente constaban elementos que asociaban el rosado Pantone 183C con un origen empresarial concreto en el sector de bebidas. Tampoco se acreditó que ese tono fuese indispensable o característico del mercado de referencia, ni que su protección obstaculizara la competencia. Por ello, el Tribunal concluyó que no hubo incumplimiento de la Decisión 486 por parte de Colombia (TJCA, 2019).

En la parte resolutive, el Tribunal declaró infundada la demanda de ACAVA Limited y ordenó archivar el proceso. La motivación de su decisión fue que la Decisión 486 prohíbe registrar colores en abstracto (art. 135.h), pero sí admite la protección de un color delimitado por una forma cuando se cumplen los demás requisitos. Es por esta razón que expresó que la autoridad colombiana actuó dentro de su margen técnico al apreciar la

distintividad y demás requisitos legales, y por ende, no existió incumplimiento del derecho andino (TJCA, 2019, p.26).

2.1.3. Interpretación Prejudicial 619-IP-2019 (TJCA): criterios operativos para marcas de color y marcas notoriamente conocidas. Caso Nestlé

En la Interpretación Prejudicial, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina sienta criterios útiles para resolver controversias en las que el elemento cromático cumple un papel central. La consulta, elevada por la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia, dentro del proceso 2018-308488 (Nestlé vs. Jerónimo Martins), planteó si el empleo de determinados tonos de verde en empaques podía vulnerar la marca de color VERDE Pantone 361C de Nestlé, la cual se alegaba como notoria; y bajo qué títulos infraccionales correspondía analizar el caso, si por confusión o asociación, y también dilución o aprovechamiento injusto, razón por la que el Tribunal interpretó los artículos 134.e, 135.h y 155 de la Decisión 486 y, de oficio, los preceptos sobre notoriedad (arts. 224, 228 y 230).

Partiendo de eso, el Tribunal ratifica la disposición andina en materia de signos cromáticos y el ordenamiento admite el registro de un color delimitado por una forma o de combinaciones de colores, mientras que niega el color en abstracto. En concreto, el Tribunal recuerda que el análisis de una marca de color delimitada debe considerar dos requisitos: el tono reivindicado y la forma/posición que lo contiene o cómo aparece ante el consumidor en el mercado. También, se debe considerar que el hecho de delimitar el color no lo hace automáticamente registrable, pues hay que verificar que el color no sea común o característico del género de producto, que no responda a exigencias técnicas y que su uso sea arbitrario para identificar origen empresarial.

En cuanto al contenido del derecho, la interpretación del artículo 155 confirma que el *ius prohibendi* cubre usos en signos idénticos o similares que generen confusión o riesgo de asociación, y se extiende a supuestos de uso en envases, etiquetas o embalajes, así como a la fabricación de tales materiales. Cuando, además, la marca es notoriamente conocida, la tutela se refuerza frente al debilitamiento del poder distintivo y el aprovechamiento injusto de su prestigio. Para activar este régimen reforzado, la notoriedad debe probarse con los factores no taxativos del artículo 228 (grado de conocimiento, duración e intensidad del uso y de la promoción, inversión, ventas, valor

contable, entre otros) y basta simplemente con la acreditación en uno de los Países Miembros para activar la protección andina.

Dado que el color no se percibe en abstracto en el mercado, el Tribunal insiste en una evaluación integral en donde el tono más la forma o la posición en el empaque o presentación cuentan, al igual que la impresión global del público relevante y el grado de atención del consumidor.

2.2. Estudio crítico de casos y su impacto en la interpretación del color como marca

2.2.1. Caso Louboutin vs. Van Haren (C-163/16)

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea fijó un criterio decisivo para comprender cómo se protege el color cuando funciona como signo de posición. El litigio partió del registro, en el Benelux, del rojo Pantone 18-1663TP aplicado exclusivamente a la suela de un zapato de tacón, con el contorno del calzado representado en línea discontinua y expresamente excluido de la protección. Frente a la comercialización de suelas rojas por parte de Van Haren, el juez nacional consultó si ese signo caía en el motivo de denegación referido a los signos que “consisten exclusivamente en la forma que da un valor sustancial al producto” (art. 3.1.e.iii de la Directiva 2008/95/CE), a lo que el Tribunal respondió que no, ya que cuando el objeto del registro es un color determinado situado en una parte concreta del producto, y la forma solo sirve para delimitar la aplicación del color, no puede afirmarse que el signo “consista en una forma” en el sentido de esa prohibición. Es decir, el elemento distintivo radica en el tono + la posición, no en el contorno del objeto, de modo que la barrera de “forma que aporta valor sustancial” no resulta aplicable a esa marca (TJUE, 2018).

Más allá de despejar ese obstáculo, la sentencia deja dos lecciones útiles para el análisis de marcas de color. La primera, que la técnica de representación debe ser precisa, combinando código de color y descripción del posicionamiento; y, la segunda, que la exclusión expresa del contorno mediante disclaimer cumple un papel clave para acotar el alcance del derecho y evitar monopolios sobre formas. Es importante destacar que el fallo no decide la infracción en el caso concreto, sino que ofrece un marco interpretativo para valorar, en sede nacional, la distintividad, la funcionalidad o cualquier otro límite material que pudiera operar en el fondo (TJUE, 2018; Szpunar, 2018).

2.2.2. Caso Red Bull vs. EUIPO (T-101/15 y T-102/15); confirmado por C-124/18 P

El litigio Red Bull vs. EUIPO permite observar el parámetro sobre cómo deben representarse las combinaciones de colores cuando se pretende su protección marcaria. Este caso parte de dos registros de la Unión Europea para bebidas clasificadas en el número 32, en los que Red Bull describía combinaciones azul y plateado con indicaciones como “aproximadamente 50/50” o “en proporción igual y yuxtapuestos”. Tras las acciones de nulidad, el Tribunal General sostuvo que tales descripciones no delimitaban con precisión el objeto del derecho, pues la referencia a proporciones genéricas y a la simple yuxtaposición permite múltiples configuraciones visuales posibles y no establece un arreglo sistemático, predeterminado y uniforme de los colores. Por lo tanto, la marca no satisface las exigencias de claridad, precisión, inteligibilidad y objetividad que rigen la representación del signo y resulta nula por motivo absoluto (Tribunal de Justicia Sala Segunda, 2017). Importa destacar que, para el Tribunal, la eventual distintividad adquirida por el uso no mejora un déficit de representación, ya que antes de debatir si el público asocia la combinación a un origen empresarial, el expediente debe definir con exactitud qué se monopoliza (Tribunal de Justicia Sala Segunda, 2017).

En una segunda etapa, el Tribunal de Justicia confirmó íntegramente el criterio de que para que una combinación de colores per sé sea registrable, no basta listar códigos como Pantone, ni indicar proporciones; la disposición de los tonos debe quedar fijada de modo que la autoridad y los operadores entiendan ex ante el perímetro de la exclusividad. La descripción verbal solo es válida si aclara la representación; de lo contrario, persisten incompatibilidades con la seguridad jurídica y con la disponibilidad de los colores para la competencia (TJUE, 2019). Este estándar, además, tiene la finalidad procompetitiva del derecho marcario, el cual evita monopolios cromáticos indeterminados y preserva el acceso de terceros a recursos visuales necesarios para competir (TJUE, 2019; TGUE, 2017).

2.3. Tendencias jurisprudenciales en América Latina y Europa sobre la forma específica y distintividad del color

En el ámbito jurídico, tanto en América Latina como en Europa se observa una tendencia clara: los colores pueden ser protegidos como marcas, pero únicamente cuando están debidamente delimitados y se presentan de manera precisa. Esto significa que no basta con reclamar un color de forma abstracta, sino que debe indicarse cómo se aplica en un producto o servicio, normalmente acompañado de una referencia técnica como un

código Pantone. De esta forma, se asegura que la protección sea concreta y no genere un monopolio que limite la libre competencia (Comunidad Andina, 2000).

En el caso de la Comunidad Andina, el Tribunal de Justicia (TJCA) ha señalado que la distintividad de un signo puede ser intrínseca, es decir, propia del signo desde su creación; o adquirida, cuando se alcanza gracias al uso constante en el mercado. Además, ha recalcado que el análisis de una marca de color debe hacerse considerando siempre la combinación de tono y forma/posición, pues el consumidor no percibe colores aislados, sino cómo estos se usan en la práctica. Asimismo, el Tribunal ha advertido que no se debe conceder exclusividad sobre colores considerados básicos o de uso necesario en un sector determinado, para evitar que se afecte la competencia (TJCA, 2020).

Dentro de este contexto, los precedentes judiciales en la región muestran que se exige una prueba sólida para reconocer la distintividad adquirida de un color. Esto incluye encuestas representativas que confirmen que los consumidores identifican el color con un origen empresarial concreto, así como evidencia de publicidad, inversión y trayectoria comercial que respalde esa asociación (SGCAN & OMPI, 2023).

En el caso europeo, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) también ha delimitado criterios importantes. En el conocido caso Louboutin (C-163/16), estableció que la protección de un color aplicado en una parte específica de un producto es válida, siempre que la forma del objeto no sea lo esencial, sino únicamente el espacio donde se coloca el color, como se puede observar en la Figura 1. De manera distinta, en el caso Red Bull vs. EUIPO (C-124/18 P), el Tribunal negó la protección a una combinación de colores porque no estaba claramente definida la forma en que se disponían, lo que generaba incertidumbre sobre el alcance del derecho (Figura 2).

Figura 1
Marca Christian Louboutin



Fuente: Tomada de LexDellmeier Intellectual Property Law Firm, 2016, en <https://lexdellmeier.com/de/node/1299>

Figura 2
Marca Red Bull



Fuente: Tomada de “*Blow for Red Bull as EUIPO rejects opposition against Rider for beverages*”, por Neža Poglajen y Katja Kovacic, 2025, *World Trademark Review*. Shutterstock / Edson de Souza Nascimento. Recuperado de <https://www.worldtrademarkreview.com/article/blow-red-bull-euipo-rejects-opposition-against-rider-beverages>

Como resultado, tanto en América Latina como en Europa existe una coincidencia: para que un color sea registrado como marca debe cumplir tres condiciones principales. Primero, debe estar delimitado con claridad en cuanto a su aplicación; segundo, debe estar identificado técnicamente para evitar ambigüedades; y tercero, debe demostrar una distintividad real frente a los consumidores. De este modo, se protege la función del color como signo distintivo, sin poner en riesgo la libre competencia en el mercado (SGCAN & OMPI, 2023; TJUE, 2019).

Considerando el análisis efectuado, la comparación refleja un delicado equilibrio entre la innovación empresarial y la garantía de un mercado abierto. Se considera que la protección de un color puede ser legítima siempre que exista un uso real y probado que haya generado reconocimiento en el consumidor; de lo contrario, se corre el riesgo de conceder exclusividades injustificadas que limiten a otros competidores. Desde la perspectiva de los países latinoamericanos, donde los mercados suelen ser más concentrados, resulta indispensable que la autoridad administrativa y judicial sea estricta al valorar las pruebas de notoriedad o distintividad adquirida, evitando así que el color como un recurso visual limitado se convierta en una barrera de entrada en lugar de un signo legítimo de diferenciación empresarial.

2.4. Análisis de resoluciones administrativas del SENADI sobre el registro de marcas de color en Ecuador

En Ecuador, se presenta una controversia entre el Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S.A. CONECEL, conocido comercialmente como “Claro”, y la

empresa Servicable Cía. Ltda., solicitante del registro del signo “Futurity + logotipo” dentro de la clase internacional 38, correspondiente a servicios de telecomunicaciones. Conecel interpuso oposición fundamentándose en su calidad de titular de la marca con el color rojo, cuyo registro se encuentra vigente hasta el año 2028, alegando que dicho signo ha alcanzado notoriedad en el mercado nacional.

La oposición se apoya principalmente en el legítimo interés reconocido en el artículo 146 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, el cual habilita a cualquier titular de derechos previos a oponerse a la inscripción de un signo que pueda afectar su marca. Conecel argumenta que la solicitud de registro presentada por Futurity carece de distintividad extrínseca, toda vez que reproduce elementos visuales ya posicionados en el mercado, particularmente el color rojo, que ha sido explotado de manera continua en la industria de telecomunicaciones desde 1993, primero bajo la marca Porta y posteriormente con la denominación Claro (Comisión de la Comunidad Andina, 2000)

Asimismo, el principal punto de controversia radica en la posibilidad de confusión o asociación. Conecel se basa en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486, no podrán registrarse signos que sean idénticos o semejantes a otros previamente registrados cuando exista riesgo de error para el consumidor. En este caso, Conecel sostiene que el uso del color rojo en el signo solicitado por Futurity, aplicado al mismo tipo de servicios de telecomunicaciones, puede inducir a los usuarios a creer que ambos signos pertenecen a la misma fuente empresarial, lo que constituiría una infracción al derecho marcario (TJCA, 2019).

Adicionalmente, se destaca la figura de la distintividad adquirida, entendida como la capacidad que adquiere un signo, a través del uso constante en el tiempo, para diferenciarse en el mercado aún cuando en su origen carecía de tal atributo. El TJCA ha precisado que un signo que inicialmente no era distintivo puede llegar a serlo si logra consolidar un reconocimiento real y efectivo por parte del consumidor (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2021). Bajo este criterio, Claro defiende que el color rojo ha superado dicha prueba, transformándose en un signo de referencia inmediata para el público consumidor en Ecuador.

En conclusión, Conecel solicita que la autoridad administrativa rechace el registro del signo “Futurity + logotipo”, al considerar que su concesión generaría una afectación directa a una marca notoria, alegando que vulneraría los principios de distintividad y

exclusividad previstos en la Decisión 486, y provocaría confusión en el mercado. La pretensión de Conecel se centra en salvaguardar la fuerza distintiva del color rojo como elemento diferenciador consolidado en el ámbito de los servicios de telecomunicaciones. Por su parte, Futurity sostuvo que el tono de color empleado en su signo, identificado mediante un código Pantone distinto, no coincidía con el registrado por Claro, dándose una diferenciación crómica. Finalmente, el SENADI concedió el registro solicitado por Futurity.

CAPÍTULO 3. CUESTIONAR LOS VACÍOS NORMATIVOS EN LA LEGISLACIÓN ECUATORIANA Y DETERMINAR SI EXISTE LA NECESIDAD DE UNA REFORMA LEGAL QUE GARANTICE LA SEGURIDAD JURÍDICA Y EVITE RESTRICCIONES INJUSTIFICADAS EN LA COMPETENCIA.

3.1. Diagnóstico de las limitaciones normativas y técnicas en el registro de marcas de color en Ecuador

El marco regulatorio ecuatoriano en materia de propiedad intelectual se encuentra directamente vinculado a lo dispuesto por la Decisión 486 de la Comunidad Andina que establece los criterios básicos de registrabilidad, los impedimentos absolutos y relativos, y el régimen de protección aplicable a los signos distintivos. Sin embargo, la normativa interna carece de disposiciones específicas sobre las marcas de color, pues no brinda precisiones respecto de criterios técnicos y jurídicos que deben cumplirse para que el registro pueda proceder, lo que genera un margen de discrecionalidad administrativa en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) y, en consecuencia, vacíos normativos y técnicos que impactan la seguridad jurídica de los solicitantes.

El artículo 134 literal e) de la Decisión 486 permite registrar como marca los colores delimitados por una forma, pero no desarrolla con precisión cuáles son los estándares técnicos que debe cumplir la solicitud. Tampoco establece parámetros claros sobre cómo diferenciar un color en abstracto (que no es registrable), de aquel que está delimitado por forma o posición (que sí puede acceder al registro). Este vacío normativo ha obligado al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina a interpretar la disposición, recordando que la registrabilidad de un color exige presentarse de manera clara, precisa y objetiva, normalmente a través de referencias técnicas como códigos Pantone, y siempre asociado a una forma o posición determinada en el producto o presentación. Sin embargo, en Ecuador no se ha desarrollado un procedimiento exacto que defina de manera estandarizada cómo debe presentarse esta información, lo cual genera resultados distintos según el caso (TJCA, 2020).

En el caso ecuatoriano, si bien el SENADI ha incorporado en su práctica administrativa la exigencia de consignar un código cromático internacional, aún persiste una falta de uniformidad en los criterios de examen. Por ejemplo, en algunos procesos se ha reconocido la distintividad adquirida de ciertos colores, como ocurrió con el color rojo

de la empresa Claro, mientras que en otros casos se han rechazado solicitudes con base en que el color carecía de fuerza distintiva, incluso cuando los solicitantes presentaban pruebas de uso y publicidad; por lo que esta diferencia en las decisiones refleja la inseguridad jurídica que enfrentan los titulares de derechos, quienes no siempre cuentan con una guía clara sobre qué elementos serán determinantes en el análisis administrativo (SENADI, 2023).

Otra limitación relevante es la ausencia de directrices claras respecto a la prueba de distintividad adquirida. Aunque la jurisprudencia andina ha señalado que deben evaluarse factores como encuestas representativas de consumidores, inversión publicitaria, trayectoria comercial y datos objetivos del mercado, en Ecuador no existe un procedimiento regulado que indique cómo deben practicarse y valorarse dichas pruebas. Esta situación coloca a los solicitantes en una completa incertidumbre debido a que el resultado de un caso puede depender más de la interpretación subjetiva del examinador que de criterios previamente establecidos ya que no sabe qué tipo de evidencias serían suficientes para acreditar la distintividad del signo cromático.

Finalmente, no puede dejarse de lado el riesgo de que, por falta de reglas claras, se produzcan monopolios cromáticos injustificados. La doctrina ha advertido que los colores constituyen un recurso visual limitado y, en muchos sectores, cumplen funciones estéticas o de identificación que no deberían ser objeto de apropiación exclusiva por un solo operador. Permitir que empresas registren colores básicos, indispensables o de uso común podría traducirse en barreras de entrada que afecten directamente la competencia, limitando las posibilidades de diferenciación de nuevos competidores. Por ello, resulta indispensable que la normativa ecuatoriana contemple mecanismos de control que eviten que las marcas de color se conviertan en instrumentos de abuso marcario en lugar de verdaderos signos distintivos (Bently & Sherman, 2014).

En conclusión, el diagnóstico evidencia que la legislación ecuatoriana, al remitirse de manera general a la Decisión 486 y carecer de reglas internas específicas, presenta vacíos normativos y técnicos en tres aspectos centrales: la falta de un marco técnico preciso para la representación cromática, la falta de valoración probatoria de la distintividad adquirida, y la ausencia de límites normativos para prevenir monopolios indebidos. Estos vacíos no solo generan inseguridad jurídica a los titulares y solicitantes, sino que además dificultan la capacidad del sistema de propiedad industrial de cumplir

con sus fines como proteger la innovación, diferenciarse en el mercado y, al mismo tiempo, mantener condiciones de competencia leal. Partiendo de ello se podría analizar si existe la necesidad de una reforma normativa específica en el país, que permita cerrar estas brechas y garantizar un marco jurídico más claro, justo y equilibrado.

3.2. Conflictos entre la protección exclusiva del color y el principio de libre competencia

La protección de los colores como marcas plantea un dilema jurídico importante: por un lado, el titular tiene derecho a reclamar su uso exclusivo, pero, por otro, el sistema legal debe garantizar que esa protección no limite injustificadamente la libre competencia. El problema radica en que los colores no son un recurso ilimitado y cumplen, además, un papel estético y funcional en muchos sectores. Si se otorgara una protección demasiado amplia, se correría el riesgo de generar monopolios cromáticos, lo que impediría que otras empresas accedan a opciones legítimas para diferenciar sus productos o servicios.

La Decisión 486 de la Comunidad Andina establece que los colores pueden registrarse únicamente si están delimitados por una forma específica (art. 134, lit. e). Sin embargo, también advierte que no se podrán registrar cuando carezcan de distintividad o generen confusión en el público consumidor. Este balance busca justamente evitar que el registro de un color se convierta en una barrera de entrada al mercado (Comunidad Andina, 2000). El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha sido enfático al señalar que la protección de un color nunca puede restringir el uso de tonalidades esenciales para una industria o de uso común entre los competidores (TJCA, 2020).

Existen casos en los que esta tensión se ha hecho evidente, por ejemplo, en el proceso Nestlé vs. Jerónimo Martins (Caso 619-IP-2019), el TJCA aclaró que el derecho exclusivo sobre un color no se extiende a toda una gama cromática, sino únicamente al tono específico registrado. De lo contrario, se produciría un abuso que limitaría injustificadamente a otros competidores. En Europa, la controversia de Red Bull contra la EUIPO (2019) evidenció un problema distinto: la falta de claridad en la delimitación de los colores azul y plata solicitados como combinación marcaria, lo que generó inseguridad jurídica y, en consecuencia, un rechazo al registro por considerarse contrario al principio de competencia leal.

La doctrina también advierte sobre este riesgo. Bently y Sherman (2014) señalan que la protección de colores debe aplicarse con criterios restrictivos, pues de lo contrario

se corre el riesgo de convertirlos en monopolios visuales que limiten la innovación y la creatividad en el diseño. Bajo esta lógica, los colores no deberían ser apropiables en abstracto, salvo que el solicitante demuestre que han adquirido un alto grado de distintividad, respaldado por encuestas, inversión publicitaria y reconocimiento efectivo por parte de los consumidores.

En el Ecuador, este conflicto ha sido especialmente visible en sectores como el de las telecomunicaciones, por ejemplo, el caso Claro antes analizado.

Bajo este contexto, se tiene la perspectiva de que este conflicto refleja la necesidad de contar con reglas más claras y objetivas. Se evidencia que el sistema ecuatoriano todavía no logra un equilibrio sólido entre la exclusividad que otorga el registro y el derecho de los demás a competir en igualdad de condiciones. Por eso, resulta indispensable que se fortalezcan los criterios normativos y técnicos, de modo que las marcas de color se reconozcan únicamente cuando cumplen una verdadera función distintiva, pero sin convertirse en un obstáculo injustificado para la libre competencia y el dinamismo del mercado.

3.3. Argumentos doctrinales y técnicos que sustentan la necesidad de una reforma jurídica

El sistema jurídico ecuatoriano, al remitirse casi de manera literal a la Decisión 486 de la Comunidad Andina, ha dejado de lado un desarrollo propio y específico en relación con las marcas de color. Este vacío normativo ha generado incertidumbre tanto para los solicitantes como para el propio SENADI, ya que no existen lineamientos internos claros que orienten cómo representar los colores en una solicitud, cómo acreditar su distintividad adquirida o cuáles son los límites razonables para evitar que su protección afecte la libre competencia.

La primera debilidad radica en la ausencia de parámetros técnicos obligatorios para la representación cromática. Si bien el artículo 134 literal e) de la Decisión 486 admite el registro de colores delimitados por una forma, no explica con detalle cómo deben representarse de manera objetiva. El TJCA ha insistido en que el registro de un color exige claridad y precisión, lo que normalmente se traduce en acompañar la solicitud con un código cromático internacional y una descripción de la forma o posición en la que se aplica. Sin embargo, en el Ecuador esta exigencia no está recogida en la ley, sino que

depende de la práctica administrativa, lo cual resta uniformidad y genera resoluciones dispares.

Una segunda debilidad está vinculada a la prueba de la distintividad adquirida. La legislación ecuatoriana, a través del artículo 365 del Código Ingenios, reconoce la posibilidad de que un signo adquiriera distintividad por el uso, pero no regula el procedimiento para probarlo. En contraste, la jurisprudencia andina (caso Nestlé VS. Jerónimo Martins) exige encuestas representativas, evidencia de inversión publicitaria y datos concretos de mercado. La falta de parámetros claros en el país provoca que los solicitantes enfrenten un escenario incierto, en el que no saben con certeza qué pruebas serán suficientes. Esto debilita la seguridad jurídica y encarece los procesos.

El tercer aspecto se relaciona con la protección de la libre competencia. El color es un recurso visual limitado, por lo que su protección no puede ser absoluta. El riesgo de crear monopolios cromáticos ha sido advertido tanto por la doctrina como por la jurisprudencia internacional. Bently y Sherman (2014) sostienen que, sin límites claros, los colores pueden convertirse en “monopolios visuales” que obstaculizan la innovación y la entrada de nuevos competidores. El caso europeo Red Bull v. EUIPO (C-124/18 P, 2019) reflejó este peligro: al no precisar cómo se combinaban los colores azul y plata, el Tribunal rechazó el registro para evitar que una protección ambigua restringiera indebidamente a otros actores del mercado. En Ecuador, ejemplos como el rojo de Claro muestran que, si bien es posible reconocer el uso de ciertos colores en ciertos colores, la autoridad también debe garantizar que otros operadores puedan utilizar tonalidades cercanas, evitando bloqueos injustificados.

A nivel interno, los artículos 361, 362 y 365 del Código Ingenios son los que más evidencian la necesidad de reforma. El primero debería ampliarse para incluir reglas técnicas específicas sobre la representación de colores. El segundo tendría que precisar en qué casos un color se considera genérico, funcional o indispensable para un sector, y por lo tanto no registrable. El tercero debe complementarse con reglas procesales claras sobre cómo demostrar la distintividad adquirida. Una reforma que modifique estos artículos, incorporando un capítulo dedicado a las marcas de color, permitiría dar mayor certeza y uniformidad a los solicitantes y al SENADI.

La experiencia comparada ofrece referentes útiles. En la Unión Europea, la jurisprudencia del TJUE ha sido categórica en exigir representaciones claras y estables

para evitar ambigüedades. En países como Colombia y Perú, aunque también aplican la Decisión 486, sus oficinas nacionales han emitido guías administrativas que regulan con más detalle los requisitos de representación técnica, lo que reduce la discrecionalidad. El Ecuador podría inspirarse en estas prácticas, pero plasmándolas en una norma de rango legal que refuerce la seguridad jurídica.

Desde una perspectiva académica, la necesidad de una reforma es evidente y debe centrarse en tres ejes: la claridad técnica en la representación de los colores, la regulación probatoria de la distintividad adquirida y la inclusión de salvaguardas de competencia que impidan monopolios cromáticos. Una normativa que incorpore estos aspectos no solo alinearía al Ecuador con estándares internacionales, sino que además fortalecería la confianza en el sistema marcario, ofreciendo a las empresas herramientas efectivas de diferenciación, sin sacrificar la innovación ni la apertura del mercado.

CAPÍTULO 4. PROPONER SOLUCIONES PARA GARANTIZAR UN EQUILIBRIO ENTRE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y EL ACCESO EQUITATIVO AL USO DE COLORES EN EL MERCADO, EVITANDO PRÁCTICAS RESTRICTIVAS QUE PUEDAN AFECTAR LA LIBRE COMPETENCIA Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL.

4.1. Criterios técnicos para fortalecer el proceso de registro de marcas en Ecuador

El fortalecimiento del sistema ecuatoriano de marcas requiere criterios técnicos claros, previsibles y compatibles con los estándares comparados, especialmente cuando se trata de colores y combinaciones cromáticas. La experiencia andina y europea demuestra que la clave está en precisar cómo se representa el signo, qué se exige para acreditar distintividad y cómo se resguarda la libre competencia sin desnaturalizar la función de origen de la marca (Comunidad Andina, 2000; TJUE, 2019; SENADI, 2023).

a) Representación técnica clara, precisa y estable: En la protección de un color no basta con enunciar la tonalidad; es preciso identificarla mediante un sistema cromático reconocido, incorporar una reproducción gráfica fiel y especificar exactamente cómo y dónde se aplicará, por ejemplo, si en la franja superior del envase o como fondo integral del logotipo. Ese nivel de precisión evita ambigüedades y define con objetividad los límites de la protección solicitada. La experiencia comparada y la doctrina han sido enfáticas en precisar que la mera nominación del color resulta insuficiente; la representación debe permitir a terceros conocer, de antemano, qué aspectos quedan amparados y cuáles no. (TJUE, 2019; EUIPO, 2023; SENADI, 2023).

b) Prohibición del color en abstracto y exigencia de delimitación por forma/posición: La normativa de la Comunidad Andina establece que los colores solo pueden registrarse cuando están delimitados por una forma o una posición específica, mientras que la protección de un color en abstracto se considera inadmisibles, al no cumplir con los criterios de claridad ni con las exigencias de libre competencia (Comunidad Andina, 2000, art. 134.e). En ese sentido, el examen marcario debe constatar que el color no constituya un simple elemento estético o funcional del mercado, ni implique apropiarse de gamas excesivamente amplias o de tonalidades esenciales para la actividad productiva.

Esta regla, aplicada de forma constante por el Tribunal Andino de Justicia y la doctrina comparada, busca prevenir la creación de monopolios cromáticos que restrinjan la actuación de otros operadores económicos (TJCA, 2020; Bently & Sherman, 2019).

c) Estándares probatorios para la distintividad adquirida: Dado que los colores son distintivos por naturaleza, el acceso al registro suele depender de la distintividad adquirida. Para asegurar decisiones uniformes, convendría establecer un protocolo probatorio mínimo en el que se tome en cuenta lo siguiente:

- Encuestas de reconocimiento con diseño metodológico válido (muestra representativa del público relevante, preguntas no sugestivas y tarjetas de prueba que aislen el color de otros signos).
- Evidencia de uso prolongado y continuo (años de empleo continuo, cobertura geográfica, participación de mercado).
- Inversión publicitaria atribuible al color (campañas donde el color cumple función de identificación de origen).
- Prueba de asociación entre ese color y el oferente (estudios de recordación, tracking de marca, informes de consultoras).

El TJCA exige considerar estos elementos de forma integral y no como listas rígidas (619-IP-2019; 120-IP-2021). La experiencia europea coincide en que no hay atajos: la distintividad se acredita con datos objetivos, no con afirmaciones genéricas (TJUE, 2019; EUIPO, 2023).

d) Prueba reforzada para combinaciones de colores: Para las combinaciones cromáticas se exige una descripción precisa. Como se disponen los tonos en conjunto, detalles, especificando proporciones, secuencia, yuxtaposición y ubicación exacta. Pues, expresiones vagas como “aproximadamente 50/50” o “disposición libre” resultan inadmisibles, pues generan ambigüedad y ya han sido descartadas por la jurisprudencia europea (TJUE, 2019). Aplicado al sistema ecuatoriano, corresponde requerir que la solicitud incluya diagramas o esquemas gráficos que fijen con claridad la configuración visual de la combinación, garantizando que esta sea estable, reproducible y comprensible para terceros (EUIPO, 2023; SENADI, 2023).

e) Test de funcionalidad, necesidad competitiva y disponibilidad de alternativas: Con el

fin de garantizar la libre competencia, el análisis de registrabilidad de un color debe aplicar un test tripartito. En primer lugar, determinar si dicho color cumple una función técnica o estética esencial para el producto o servicio. En segundo lugar, evaluar si en el sector existe una necesidad competitiva de emplear ese tono o matices cercanos. Finalmente, verificar si hay alternativas viables que permitan a los competidores diferenciar sus productos sin ver restringido injustamente su margen de actuación (Bently & Sherman, 2019; OMPI, 2011). Si el color resulta funcional o indispensable para identificar cualidades del servicio como sucede con códigos cromáticos de uso generalizado en ciertos sectores, el registro debe ser denegado por configurarse una causal de impedimento absoluto (Decisión 486, arts. 135-136; TJCA, 2020).

f) Transparencia procedimental y plantillas estandarizadas: La seguridad jurídica se fortalece cuando la administración establece mecanismos de transparencia mediante el uso de formularios y listas de verificación que detallen los requisitos técnicos y probatorios. Estos deberían incluir campos obligatorios para consignar el código cromático (Pantone, RAL u otro), apartados específicos para describir el modo de aplicación del color, casillas destinadas a encuestas que cumplan parámetros mínimos de validez, y anexos donde conste el historial de uso junto con la inversión publicitaria realizada. De igual manera, resulta conveniente que el SENADI emita criterios interpretativos y directrices claras, así como informes estadísticos anuales que recojan las principales razones de aceptación o rechazo de solicitudes. Esto permitiría a los usuarios anticipar con mayor certeza los posibles resultados y ajustar adecuadamente sus solicitudes (SENADI, 2023; OMPI, 2011).

g) Gestión del riesgo de dilución y alcance objetivo del derecho: En los casos en que se reconozca la distintividad o notoriedad de un color, la protección jurídica debe circunscribirse estrictamente al tono específico y a la forma de aplicación señalada en la solicitud. No resulta procedente ampliar ese alcance a gamas o familias cromáticas sin contar con una prueba contundente, pues ello trasladaría la discusión al ámbito de la dilución marcaria y podría restringir injustificadamente la libertad de actuación de otros competidores (TJCA, 2020).

h) Coordinación con la libre competencia: El análisis de registrabilidad de un color debe contemplar una alerta preventiva en materia de competencia. Si el reconocimiento del

derecho pudiera generar efectos de exclusión significativos en un mercado altamente concentrado, la autoridad debe limitarlo mediante disclaimers o usos autorizados, o incluso rechazarlo cuando el riesgo sea considerable. Esta articulación entre los principios de la propiedad intelectual y la política de competencia permite resguardar la función distintiva del signo sin comprometer el dinamismo y la apertura del mercado (Comunidad Andina, 2000; Bently & Sherman, 2019).

i) Capacitación técnica y control de calidad del examen: La eficacia del sistema de protección marcaria está estrechamente vinculada a la formación técnica de los examinadores. Resulta esencial que los equipos cuenten con conocimientos en colorimetría aplicada, diseño metodológico de encuestas y evaluación de dinámicas de mercado. Para fortalecer la consistencia de los criterios, se recomienda implementar mecanismos de revisión por pares en expedientes complejos, así como programas de capacitación permanente alineados con los estándares de la OMPI y la EUIPO. Estas medidas contribuyen a garantizar decisiones uniformes y de mayor calidad en el tiempo (OMPI, 2011; EUIPO, 2023).

4.2. Propuesta de lineamientos jurídicos que armonicen la protección marcaria con la libre competencia

El equilibrio entre la protección de la propiedad intelectual y la preservación de la libre competencia es un desafío constante en los sistemas jurídicos modernos. En el caso ecuatoriano, la regulación de las marcas de color requiere una actualización que combine seguridad jurídica para los titulares con acceso equitativo al uso de los recursos cromáticos por parte de los competidores. Para lograrlo, se propone un conjunto de lineamientos jurídicos que orienten la interpretación y aplicación de la normativa vigente, en armonía con los principios de la Constitución, el Código Ingenios y la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

a) Incorporar el principio de proporcionalidad en el examen marcario: El registro de un color o combinación de colores debe pasar por un test de proporcionalidad que asegure que la exclusividad concedida no sobrepase lo estrictamente necesario para identificar el origen empresarial. Este principio, permite equilibrar derechos individuales con intereses colectivos. En la práctica, el SENADI debería valorar si el uso del color es esencial para la funcionalidad del producto o si existen alternativas suficientes para los demás agentes

económicos. Así se evita que la protección marcaria se transforme en una barrera injustificada a la libre competencia (República del Ecuador, 2008; Comunidad Andina, 2000).

b) Aplicar la interpretación conforme al interés público: El reconocimiento del color como signo distintivo debe interpretarse de forma restrictiva, en función del interés general y del principio de acceso equitativo al mercado. Este enfoque se apoya en la doctrina de Fernández-Nóvoa & García (2004), quien advierte que la marca no debe erigirse como un instrumento de exclusión, sino como un medio de diferenciación legítima. En este sentido, el registro de un color debe condicionarse a que su protección no afecte a otros competidores, sobre todo en sectores donde las tonalidades cumplen funciones técnicas, estéticas o informativas.

c) Incorporar cláusulas de salvaguarda de competencia en el Código Ingenios: Una reforma al Código Ingenios podría introducir cláusulas específicas que garanticen la coexistencia entre derechos exclusivos y libre competencia. Dichas cláusulas deberían establecer que, ante riesgo de monopolización, el SENADI podrá limitar la protección a una tonalidad o disposición concreta, o bien condicionar su uso a licencias no exclusivas cuando el interés público lo exija. Esta figura, similar a la contenida en el artículo 40 del Acuerdo sobre los ADPIC, permitiría al Estado equilibrar los derechos de propiedad intelectual con las políticas de libre mercado (OMC, 1994).

d) Coordinación entre la autoridad marcaria y la autoridad de competencia: Para prevenir conflictos entre exclusividad y libre mercado, se recomienda implementar un mecanismo de coordinación institucional entre el SENADI y la Superintendencia de Competencia Económica. La interacción permitiría detectar anticipadamente posibles efectos restrictivos derivados del otorgamiento de una marca de color. En otros países, como Colombia y Perú, esta coordinación interinstitucional ha permitido establecer límites razonables y evitar abusos de posición dominante en el uso de signos distintivos (Mateus Bernal, 2022).

e) Incorporar la figura del uso justo o “*fair use*” cromático: Siguiendo la tendencia internacional, convendría reconocer el uso justo de colores como excepción al derecho exclusivo. Bajo esta figura, se permite que otros competidores utilicen tonalidades

similares siempre que no generen confusión ni dilución de la marca registrada. Este criterio, inspirado en la práctica de la Unión Europea y la OMPI (2011), favorece la innovación y garantiza la diversidad estética en el mercado.

f) **Transparencia y publicación de criterios vinculantes:** La adopción de guías jurídicas públicas y vinculantes fortalecería la confianza de los usuarios del sistema. Dichas guías deberían establecer parámetros para valorar la distintividad, la funcionalidad y la necesidad competitiva, junto con ejemplos de casos en los que la protección de un color resulta procedente o improcedente. Esta transparencia normativa permitiría decisiones predecibles y coherentes, reduciendo la discrecionalidad administrativa (SENADI, 2023).

g) **Educación y sensibilización sobre competencia leal:** Finalmente, el fortalecimiento del sistema no depende solo de las reformas legales, sino también de una cultura de respeto a la competencia leal. Las empresas deben comprender que el derecho marcario no es un instrumento para impedir la entrada de nuevos competidores, sino una herramienta para proteger la creatividad y el esfuerzo comercial legítimo. Programas de capacitación y difusión impulsados por el SENADI y las universidades podrían contribuir a consolidar esta visión más equilibrada y sostenible (Ramírez, 2018).

En suma, los lineamientos propuestos buscan que la regulación ecuatoriana evolucione hacia un modelo de equilibrio funcional: uno que reconozca el valor del color como activo de marca, pero que preserve su disponibilidad como recurso cultural y económico compartido. Un marco jurídico con reglas claras, coordinación institucional y cláusulas de salvaguarda fortalecería la seguridad jurídica, promovería la innovación y consolidaría un entorno de competencia justa y eficiente.

4.3. Estrategias institucionales y regulatorias para garantizar seguridad jurídica e innovación en el mercado

En el ámbito de la propiedad industrial, la seguridad jurídica y la innovación son dos pilares que se refuerzan mutuamente. Un sistema marcario previsible y técnicamente sólido genera confianza en los inversionistas, promueve la creatividad y contribuye al desarrollo económico sostenible. Sin embargo, la eficacia de ese sistema no depende únicamente de las normas sustantivas, sino también de la existencia de estructuras

institucionales eficientes y regulaciones dinámicas capaces de adaptarse a la evolución tecnológica y comercial del país.

Ecuador, como miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y parte del Acuerdo sobre los ADPIC, tiene la obligación de garantizar que la protección de los derechos de propiedad intelectual se aplique bajo principios de transparencia, coherencia y proporcionalidad. Estos compromisos internacionales demandan la existencia de instituciones modernas, técnicamente capacitadas y con autonomía técnica suficiente para adoptar decisiones uniformes que no solo protejan al titular de una marca, sino que también preserven el interés público y la libre competencia (OMC, 1994; Comunidad Andina, 2000).

a) Modernización institucional del SENADI y fortalecimiento de su autonomía técnica.

El SENADI es el eje operativo del sistema ecuatoriano de propiedad industrial. Para garantizar seguridad jurídica, es esencial dotarlo de mayor autonomía técnica y presupuestaria, de modo que sus decisiones no dependan de factores externos ni de interpretaciones dispares entre examinadores. La independencia institucional favorece la objetividad en la aplicación de la ley y asegura decisiones consistentes a lo largo del tiempo (OMPI, 2011).

La modernización del SENADI también debe incluir un proceso de digitalización integral de sus servicios, mediante plataformas electrónicas accesibles que permitan presentar solicitudes, realizar pagos y consultar expedientes en línea. Este tipo de innovación administrativa, que ya es una práctica consolidada en la EUIPO y la OMPI, reduce la burocracia, mejora la trazabilidad de los procesos y contribuye a una gestión más eficiente (EUIPO, 2023).

b) Creación de un observatorio nacional de propiedad intelectual y libre competencia.

Un componente estratégico para fortalecer la institucionalidad sería la creación de un Observatorio Nacional de Propiedad Intelectual y Libre Competencia, integrado por representantes del SENADI, la academia y la Superintendencia de Competencia Económica. Su función sería recopilar y analizar datos sobre las decisiones administrativas y judiciales en materia marcaria, identificar patrones de conflictividad, evaluar el impacto económico de los registros y emitir recomendaciones normativas orientadas a garantizar un equilibrio entre exclusividad y acceso equitativo.

Este observatorio permitiría desarrollar una base empírica sólida para las reformas legales, mejorando la transparencia y la rendición de cuentas institucional. La OMPI (2022) ha señalado que los observatorios de propiedad intelectual en países europeos han sido esenciales para monitorear las tendencias del mercado y evaluar la relación entre innovación y competencia. En Ecuador, su creación contribuiría a generar predictibilidad, una condición fundamental de la seguridad jurídica.

c) Coordinación interinstitucional y aplicación transversal del principio de competencia.

Una de las debilidades actuales del sistema ecuatoriano es la falta de articulación efectiva entre el SENADI y la Superintendencia de Competencia Económica. La ausencia de comunicación entre ambas entidades puede derivar en registros que, si bien cumplen con los requisitos formales de la Decisión 486, generan efectos restrictivos en el mercado, especialmente cuando se trata de colores, formas o sonidos que son indispensables para la industria.

Por ello, se propone establecer un protocolo de cooperación interinstitucional, que permita emitir dictámenes preventivos sobre las posibles consecuencias competitivas de una solicitud de marca. Este mecanismo, inspirado en la práctica colombiana y peruana, fortalecería la coherencia del sistema, evitando que una autoridad otorgue un derecho exclusivo que otra deba posteriormente limitar o sancionar por abuso (Mateus Bernal, 2022).

Además, esta coordinación debería incluir una instancia de alerta temprana para los sectores sensibles, como telecomunicaciones, farmacéutico o alimentario, donde el color cumple funciones de señalización o identificación funcional. De esta manera, se preserva el equilibrio entre la función distintiva del signo y la libertad de elección del consumidor.

d) Capacitación técnica permanente y evaluación del desempeño institucional.

La calidad del sistema de propiedad intelectual depende en gran medida de la formación técnica y jurídica de los examinadores. En Ecuador, es necesario establecer programas de especialización continua en áreas como colorimetría aplicada, análisis de mercado, neurobranding, derecho comparado y metodología de encuestas para la distintividad adquirida.

La OMPI (2011) y la EUIPO (2023) destacan que la profesionalización del personal administrativo no solo incrementa la coherencia de las decisiones, sino que también proyecta credibilidad hacia el sector privado y académico. Asimismo, se sugiere crear un sistema de evaluación de desempeño que mida la consistencia de los criterios aplicados, la calidad de las resoluciones y la satisfacción de los usuarios del sistema.

e) Mecanismos de participación público-privada y diálogo regulatorio.

Garantizar la innovación requiere un marco institucional que escuche activamente al sector productivo. En ese sentido, se recomienda establecer mesas de diálogo permanente entre el SENADI, asociaciones de empresarios, universidades y organizaciones de consumidores. Dichos espacios permitirían identificar los desafíos prácticos que enfrentan las empresas al registrar marcas no tradicionales, y a su vez, orientar la elaboración de políticas públicas más ajustadas a la realidad del mercado.

La experiencia del Observatorio Europeo sobre Infracciones de Derechos de Propiedad Intelectual (EUIPO, 2023) muestra que este tipo de colaboración mejora la confianza institucional y promueve una cultura de corresponsabilidad. En Ecuador, esta estrategia serviría para transformar la propiedad intelectual en un motor de competitividad, especialmente para los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas.

f) Promoción de la cultura de innovación y de uso estratégico de la propiedad intelectual.

El fortalecimiento institucional no se agota en las normas o estructuras; también requiere educación y cambio cultural. Es necesario promover entre los actores económicos una comprensión más profunda del valor estratégico de la propiedad intelectual como herramienta de competitividad. Para ello, el SENADI, junto con el Ministerio de Producción y las universidades, podrían desarrollar programas de capacitación sobre gestión de activos intangibles, marcas de color, licencias y transferencia tecnológica.

La educación jurídica y empresarial en torno a la propiedad industrial fomentará una cultura de innovación responsable, donde las empresas busquen proteger sus creaciones sin incurrir en prácticas restrictivas. Como sostiene Fernández-Nóvoa & García (2004), la propiedad intelectual debe servir al progreso social y no convertirse en un instrumento de exclusión.

g) Evaluación periódica del impacto normativo y revisión adaptativa del sistema.

Finalmente, garantizar seguridad jurídica implica crear mecanismos de evaluación y actualización permanente de la normativa marcaria. Los mercados evolucionan, los modelos de negocio cambian y la digitalización genera nuevos desafíos. Por ello, el Ecuador debería incorporar una cláusula de revisión del sistema marcario, que permita medir su impacto en la innovación y la competencia. La evaluación constante facilita la adaptación normativa y evita la obsolescencia del marco legal (OMC, 1994).

En conclusión, la seguridad jurídica y la innovación no dependen únicamente de leyes escritas, sino del fortalecimiento institucional y la coherencia regulatoria. Las estrategias aquí propuestas como la modernización del SENADI – Superintendencia de Competencia, creación de observatorios, cooperación interinstitucional, capacitación técnica, participación público-privada y revisión normativa, constituyen un modelo integral que permitiría a Ecuador avanzar hacia un sistema marcario moderno, predecible y alineado con los estándares internacionales. Un sistema así no solo protegería los derechos de los titulares de marcas, sino que también impulsaría la competencia sana, la creatividad empresarial y el desarrollo sostenible del país.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la presente investigación permitió evidenciar que el color, además de su valor estético o comunicativo, puede adquirir relevancia jurídica como signo distintivo dentro del derecho marcario, siempre que cumpla con las condiciones de precisión, delimitación y distintividad necesarias para identificar el origen empresarial de productos o servicios. Su protección, por tanto, exige una regulación técnica y jurídica coherente que asegure su función diferenciadora sin comprometer la libre competencia.

El estudio determinó que, aunque el marco normativo ecuatoriano cuenta con bases sustanciales como la Decisión 486 de la Comunidad Andina y el Código Ingenios, existen vacíos normativos y técnicos que dificultan la aplicación uniforme de los criterios de registrabilidad del color como marca. La normativa actual no define con suficiente claridad los parámetros para la representación cromática, la prueba de distintividad adquirida o los límites de la exclusividad que deben respetar los principios de libre acceso y competencia leal.

El análisis doctrinal y jurisprudencial permitió establecer que la protección de un color no puede entenderse como un derecho absoluto. Los precedentes internacionales, entre ellos los casos *Louboutin vs. Van Haren* y *Red Bull vs. EUIPO*, demostraron que la protección de un color solo es procedente cuando existe una delimitación clara y comprobable del signo. En contraste, el caso ecuatoriano *Claro vs. Futurity* reflejó la falta de uniformidad en los criterios de valoración aplicados por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), lo que genera inseguridad jurídica y disminuye la confianza de los usuarios en el sistema.

A partir de esta evidencia, se concluye que Ecuador requiere de unos cambios jurídicos y procedimentales que permita reconocer el color como signo distintivo bajo reglas técnicas precisas, protocolos probatorios uniformes y mecanismos de control que garanticen un equilibrio entre el derecho de exclusividad y la libertad de competencia. Tales ajustes deben orientarse a prevenir la apropiación abusiva de recursos cromáticos comunes y a consolidar un sistema de protección marcaria más transparente y predecible.

De igual forma, el estudio propone la implementación de lineamientos jurídicos y estrategias institucionales que armonicen la propiedad intelectual con las políticas de libre mercado. Entre estos se destacan la aplicación del principio de proporcionalidad en el examen de registrabilidad, la creación de un observatorio nacional de propiedad

intelectual y libre competencia, y la coordinación permanente entre el SENADI y la Superintendencia de Competencia Económica. Estas medidas permitirían una supervisión más efectiva y una toma de decisiones más coherente con el interés público.

Asimismo, se identificó que la seguridad jurídica y la innovación no dependen exclusivamente de las reformas legales, sino también del fortalecimiento institucional. Para ello, resulta indispensable consolidar la autonomía técnica del SENADI, incorporar herramientas digitales que optimicen los procesos administrativos y establecer programas de formación continua para los funcionarios encargados del análisis marcario. Por otro lado, un personal altamente capacitado constituye la base para decisiones técnicas consistentes y para la generación de confianza en el sistema de propiedad industrial.

Finalmente, se señala que el estudio sostiene que la protección del color como marca debe entenderse como una manifestación equilibrada del derecho a la propiedad intelectual. No se trata de restringir la creatividad empresarial, sino de establecer límites razonables que garanticen el respeto al interés general, a la libre competencia y al acceso equitativo al mercado. Ecuador cuenta con el potencial normativo e institucional necesario para alcanzar este equilibrio, siempre que se adopte una visión moderna, técnica y transparente de la gestión marcaria.

El fortalecimiento de la regulación sobre los signos no tradicionales, en especial el color, permitirá al país avanzar hacia un sistema marcario más confiable, competitivo e innovador. En última instancia, el reconocimiento jurídico del color, bajo condiciones justas y objetivas, representa un paso decisivo hacia la consolidación de un modelo de propiedad intelectual que impulse la creatividad, la seguridad jurídica y el desarrollo económico sostenible.

REFERENCIAS

- Alhonnoro, M. (2018, July 17). *European Court of Justice: Louboutin's Red Sole trademark not invalid - Roschier*. https://www.roschier.com/newsroom/european-court-of-justice-louboutins-red-sole-trademark-not-invalid?utm_source=chatgpt.com
- Bently, Lionel., & Sherman, Brad. (2014). *Intellectual property law* (Fourth Edition). Oxford University Press.
- Comisión de la Comunidad Andina. (2000a). *Decisión 486. Régimen Común sobre Propiedad Industrial*. https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/decision_486.pdf
- Comisión de la Comunidad Andina. (2000b, September 14). *Decisión 486*. <https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC486.pdf>
- Fernández-Nóvoa, Carlos., & García, Ángel. (2001). *Derecho de Marcas: Legislación. Jurisprudencia Comunitaria*. Marcial Pons. <https://www.marcialpons.es/libros/derecho-de-marcas/9788472488908/>
- González, K. (2020, October 29). *Criterios Digital – El registro de un color como marca – CorralRosales*. <https://corralrosales.com/criterios-digital-registro-de-un-color-como-marca/>
- Interpretación Prejudicial: 619_IP_2019 (October 7, 2020).
- Mateus Bernal, J. P. (2022). La forma específica en las marcas de color: más allá del requisito de representación gráfica para el registro. *Civilizar*, 22(43). <https://doi.org/10.22518/JOUR.CCSH/20220203>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2011). *Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas*.
- Organización Mundial del Comercio. (1994). *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)*. https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf
- Peguera, M. (2014). *TRADEMARK FUNCTIONS AND TRADEMARK RIGHTS*.
- Ramírez, L. G. (2008). De colores: el derecho ante la protección de signos no convencionales. *Revista de La Competencia y La Propiedad Intelectual*, 4(7), 177–197. <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/30>
- Secretaría General de la Comunidad Andina (SGCAN), & Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2023, December). *Manual para el Examen de Marcas en los Países Andinos*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/manual/manual-para-el-examen-de-marcas.pdf>
- SENADI. (2023, December). *Manual para el Examen de Marcas en los Países Andinos*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/manual/manual-para-el-examen-de-marcas.pdf>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2019a, February 1). *Interpretación Prejudicial 357-IP-2017*. https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/357_IP_2017.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2019b, May 16). *Proceso 01-AI-2017: Acción de incumplimiento interpuesta por ACAVA LIMITED contra la República de Colombia*. https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/01_AI_2017.pdf

- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2021, June 21). *Interpretación Prejudicial 89-IP-2021*. https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/89_IP_2021.pdf
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2022, February 21). *Interpretación Prejudicial: 120-IP-2021*. https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/120_IP_2021.pdf
- Tribunal de Justicia de la Unión Europea. (2009, June 18). *Asunto C-487/07. L'Oréal SA vs. Bellure NV y otros*. <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=868EC6673C101561CF3B75E2B304988A?text=&docid=75459&pageIndex=0&doclang=es&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=15683344>
- Tribunal de Justicia de la Unión Europea. (2019, July 29). *Asunto C-124/18 P. Red Bull GmbH contra Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:62018CJ0124>
- Tribunal de Justicia Sala Segunda. (2017, November 30). *Asuntos: T-101/15 y T-102/15. Red Bull*. <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=1FED73838E23F0D28A0142191BC2B6E1?text=&docid=197307&pageIndex=0&doclang=ES&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=5780853>
- Tribunal de Primera Instancia de la Haya, P. B. (2018, June 12). *Asunto C-163/16. Christian Louboutin y Christian Louboutin Sas contra van Haren Schoenen BV*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:62016CJ0163>