

## ÓRGANO COLEGIADO DE DERECHOS INTELECTUALES

**Trámite No. SENADI-2022-86964**

**RECURSO DE APELACIÓN**

**Signo: EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**

**DUKERS S.A. vs. AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA.**

### **Resolución No. OCDI-2025-619**

En la ciudad de Quito, D.M., a los 14 días del mes de julio de 2025, de conformidad con las Resoluciones Nos. 039-2024-DG-SENADI de 04 de diciembre de 2024, 003-2025-DG-SENADI de 20 de enero de 2025 y 005-2025-DG-SENADI de 01 de abril de 2025; y los Acuerdos Nos. SENESCYT-2022-002 de 11 de enero de 2022, SENESCYT-SENESCYT-2024-0017-AC de 05 de abril de 2024 y SENESCYT-SENESCYT-2025-0021-AC de 31 de marzo de 2025 por medio de los cuales la Directora General del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (en adelante SENADI) y el Secretario de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, respectivamente, designaron a los miembros principales del Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales; y, el acta de sorteo correspondiente, según la cual se conformó el presente Tribunal para el conocimiento y resolución de este procedimiento administrativo y se designó como miembro principal sustanciador del mismo a quien en tal calidad suscribe; en el recurso de apelación interpuesto en contra de la Resolución No. SENADI-DTOP-2024-0001124-R emitida el 10 de mayo de 2024 y notificada el 13 de los mismos mes y año por la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, correspondiente al trámite de registro del signo mixto EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA, solicitud No. SENADI-2022-86964, presentada el 10 de noviembre de 2022, por AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA. Siendo el momento procesal oportuno, el presente Tribunal:

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página 1 de 41

**VISTOS:**

1. El 10 de noviembre de 2022, **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.**, solicitó el registro del signo mixto **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, para proteger los siguientes servicios de la Clase Internacional No. 41 *"Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales"*. Al trámite se le asignó el No. SENADI-2022-86964. (Fs. 01).
2. El 14 de agosto de 2023, **DUKERS S.A.**, presentó oposición en contra del registro del signo solicitado, con fundamento en la titularidad de su marca **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo** con título No. SENADI\_2020\_TI\_7188 que protege servicios de la Clase Internacional No. 41, vigente hasta el 27 de febrero de 2030; así como en la titularidad de su obra literaria titulada **LA CARAVANA DEL CAMPEÓN** con certificado de registro No. QUI-058157 expedido el 13 de febrero de 2020. (Fs. 02 - 11).
3. Concluido el trámite de oposición, mediante Resolución No. SENADI-DTOP-2024-0001124-R emitida el 10 de mayo de 2024 y notificada el 13 de los mismos mes y año, la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, aceptó la oposición presentada por **DUKERS S.A.**, y negó el registro del signo mixto **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA** solicitado por **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.** para proteger servicios de la Clase Internacional No. 41. (Fs. 60 - 63).
4. El 28 de mayo de 2024 en digital y el 30 de los mismos mes y año en físico, **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.**, presentó recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el numeral anterior. (Fs. 64 - 73).
5. Mediante providencia emitida y notificada el 30 de septiembre de 2024, el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales avocó conocimiento del recurso de apelación presentado, lo admitió a trámite, y corrió traslado a **DUKERS S.A.**, concediéndole el término de 10 días para su contestación. (Fs. 74).

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página 2 de 41

6. Mediante providencia emitida el 23 de diciembre de 2024 notificada el 24 de los mismos mes y año, el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales, dispuso: *"3. Una vez que ha fenecido el término para que se conteste el recurso de apelación interpuesto y considerando que no existen pruebas que proveer, de conformidad con el artículo 496 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos, se concede a las partes el término de 5 días para la presentación de alegatos, vencido el cual dispuso pasen los autos para resolver".* (Fs. 82).
7. El 15 de octubre de 2024, **DUKERS S.A.**, contestó el recurso de apelación interpuesto. (Fs. 87 - 108).
8. Mediante providencia emitida y notificada el 07 de enero de 2025, el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales, una vez verificado que por error no se agregó al expediente el escrito de contestación presentado por **DUKERS S.A.**: revocó el numeral 3 de la providencia emitida el 23 de diciembre de 2024 notificada el 24 de los mismos mes y año; agregó al expediente con notificación contraria el escrito de contestación presentado por **DUKERS S.A.** el 15 de octubre de 2024; y de conformidad con lo previsto en el artículo 495 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos, dispuso la apertura de un período probatorio por el término de diez días para **DUKERS S.A.** presente las pruebas anunciadas en su contestación, con las respectivas formalidades de ley. (Fs. 109).
9. El 06 de enero de 2025, **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA.**, presentó escrito de alegatos, mismo que se considera en esta resolución. (Fs. 114 -120).
10. El 21 de enero de 2025, **DUKERS S.A.**, presentó escrito de pruebas y adjuntó material probatorio. (Fs. 121 - 186).
11. Mediante providencia emitida y notificada el 25 de marzo de 2025, el Órgano Colegiado de Derechos Intelectuales, una vez fenecidos los términos de contestación y probatorio, concedió a las partes el término de 5 días para la presentación de alegatos, vencido el cual, dispuso el paso de autos para resolver. (Fs. 195).

12. Agréguese al expediente el escrito de alegatos presentado por DUKERS S.A. el 01 de abril de 2025, mismo que se considera en la presente resolución. (Fs. 200 - 217).

Con tales antecedentes, para resolver, este Tribunal, en ejercicio de sus facultades legales,

### CONSIDERA:

**PRIMERO: COMPETENCIA.-** Este Tribunal es competente para conocer el presente procedimiento administrativo de conformidad con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación artículo 597; el Reglamento General al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, emitido mediante Decreto Ejecutivo No. 1435, publicado en el Suplemento No. 9 del Registro Oficial del 7 de junio de 2017, artículo 2 numeral 6; el Reglamento de Gestión de los Conocimientos, emitido mediante Acuerdo No. SENESCYT-2020-077 del 17 de noviembre de 2020 artículos 7 y 488 numeral 1; y, el Decreto Ejecutivo 356 que crea el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, publicado en el Suplemento No. 224 al Registro Oficial de 18 de abril del 2018, artículo 7.

**SEGUNDO: VALIDEZ PROCESAL. -** De la revisión del expediente administrativo, se observa lo siguiente:

- En instancia anterior, la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, en varios autos de sustanciación y en la propia Resolución No. SENADI-DTOP-2024-0001124-R de 10 de mayo de 2024, se refiere a la compañía opositora como "DUKERS TRAVEL".

Al respecto, cabe tener en cuenta que, si bien en el formulario de solicitud de oposición (Fs. 02), consta "DUKERS TRAVEL" en la casilla correspondiente a "Nombre" de la sección "Opositores"; también consta en la casilla correspondiente a "Número de documento" de dicha sección, el Registro Único de Contribuyentes (en adelante RUC) No. 0993012769001 mismo que conforme la verificación realizada por este Tribunal en la base de datos del Servicio de Rentas Internas al

amparo de los principios consagrados en los numerales 4 y 6<sup>1</sup> del artículo 3 de la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos; y acorde a lo dispuesto en el artículo 11<sup>2</sup> de dicho cuerpo normativo; se ha constatado que dicho número de RUC, identifica a la compañía con razón social "DUKERS S.A." - *mas no DUKERS TRAVEL*- ; además en todos los escritos presentados por la compañía opositora, esta ha comparecido con la razón social "DUKERS S.A."

Por lo tanto, el presente Tribunal ha corroborado que la razón social correcta de la compañía opositora, corresponde a DUKERS S.A.; con lo cual, este Tribunal en virtud de los principios de eficiencia y jerarquía consagrados en los artículos 4 y 6 del Código Orgánico Administrativo, este Tribunal subsana dicho error tipográfico y aclara que los datos correctos de la opositora, tal y como consta en el portal web institucional del SRI, así como sobre la base del propio expediente administrativo, corresponde a "**DUKERS S.A.**", debiéndose en todo documento en el que conste "DUKERS TRAVEL" entenderse que se refiere a la compañía "**DUKERS S.A.**", sin que dicha cuestión formal afecte la validez procesal de la presente causa.

- En el acápite VII del recurso de apelación interpuesto por **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA.**, se formuló una petición expresa de audiencia. (Fs. 71 reverso). En atención a la misma, este Tribunal en ejercicio de su competencia facultativa, conforme lo previsto en el artículo 433 del Reglamento de Gestión de los Conocimientos, ha prescindido de la diligencia de audiencia solicitada, toda vez que dentro del expediente

---

<sup>1</sup> **Ley Orgánica para la Optimización y eficiencia de Trámites Administrativos "Art. 3.- Principios.** -Además de los principios establecidos en los artículos 227 y 314 de la Constitución de la República, los trámites administrativos estarán sujetos a los siguientes: (...) **4. Tecnologías de la información.** - Las entidades reguladas por esta Ley harán uso de tecnologías de la información y comunicación con el fin de mejorar la calidad de los servicios públicos y optimizar la gestión de trámites administrativos. (...) **6. Pro-administrado e informalismo.** - En caso de duda, las normas serán interpretadas a favor de la o el administrado. Los derechos sustanciales de las y los administrados prevalecerán sobre los aspectos meramente formales, siempre y cuando estos puedan ser subsanados y no afecten derechos de terceros o el interés público, según lo determinado en la Constitución de la República.

<sup>2</sup> Ibidem "**Art. 11.- Entrega de datos o documentos.** - En la gestión de trámites administrativos, las entidades reguladas por esta Ley no podrán exigir la presentación de originales o copias de documentos que contengan información que repose en las bases de datos de las entidades que conforman el Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos o en bases develadas por entidades públicas."

administrativo del presente trámite obran suficientes elementos de juicio que permiten resolver conforme a derecho.

- En el acápite I de la contestación presentada por DUKERS S.A., la compañía recurrida alegó:

*“nos llama “poderosamente” la atención la forma en que ha sido ingresado al sistema ELECTRÓNICO DE LA [Sic] SENADI la “tasa oficial de pago” del Recurso que dejamos a su consideración y análisis como parte del presente proceso ya que se debe establecer si existió una Notificación por parte del ORGANO COLEGIADO DE DERECHOS DE AUTOR [Sic] para que se complete el trámite con este pago que OBLIGATORIAMENTE se lo debe hacer con la presentación del RECURSO en cualquiera de sus formas, Ustedes sabrán analizar la situación que por lo menos deja muchas dudas al respecto.” (Fs. 87).*

Este Tribunal, precisa señalar que conforme consta en fojas 73 del expediente administrativo, la recurrente realizó el debido pago de la tasa institucional necesaria para la tramitación del recurso administrativo de apelación, conforme consta en el comprobante de ingreso No. S-1341588 de 27 de mayo de 2024 -fecha anterior a la interposición del recurso de apelación presentado el 28 de los mismos mes y año- con su respectiva constancia de la acreditación efectivamente realizada por la recurrente; además, dicho comprobante de pago fue incorporado al expediente administrativo junto con su respectiva constancia de pago, como documentos anexos al recurso de apelación interpuesto, tal y como este Tribunal ha constatado en las bases de datos institucionales del SENADI, con lo cual, la recurrente cumplió con la presentación de su apelación con todos los requisitos de admisibilidad del caso, tales como el comprobante de pago de la tasa institucional necesaria para la tramitación del recurso.

Finalmente, no está por demás tener en cuenta que de la revisión del expediente administrativo, este Tribunal ha constatado que, durante todas las etapas procesales de la presente causa, se ha garantizado el efectivo ejercicio de derechos de las partes, incluido el debido proceso en su garantía del derecho a la defensa, de tal forma que los sujetos procesales han podido ejercer sus derechos de contradicción e interposición de recursos respecto a las decisiones emanadas tanto por instancia anterior, como por la presente Autoridad.

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página 6 de 41

De tal forma, se ha constatado que no existen nulidades procesales que vicien lo actuado y, por lo tanto, se declara la validez del presente procedimiento administrativo.

**TERCERO: ARGUMENTOS DE LAS PARTES.** - Con ocasión del recurso de apelación presentado, es obligación de este Tribunal analizar los presupuestos fácticos del proceso, así como pronunciarse sobre las alegaciones de las partes con la finalidad de formar su propia voluntad administrativa.

Los principales argumentos de las partes son los siguientes:

**3.1.** En la Resolución No. SENADI-DTOP-2024-0001124-R emitida el 10 de mayo de 2024 y notificada el 13 de los mismos mes y año, la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, consideró principalmente lo siguiente:

*“CUARTO: ANÁLISIS. (...)4.5 De la revisión realizada en los archivos de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, se ha podido verificar que la opositora **DUKERS TRAVEL**, es titular de la marca y derechos de autor:*

*- **LA CARAVANA DEL CAMPEÓN DUKERS más logotipo**, título No. SENADI\_2020\_TL\_7188, clase internacional No. 41, vigente hasta el 27 de febrero de 2030.*

*- **LA CARAVANA DEL CAMPEÓN** Certificado No. QUI-058157, emitido por la Dirección Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos.*

*(...) QUINTO: Cotejo marcario. (...)5.3 Comparados los signos en conflicto en una visión de conjunto o sintética, con la totalidad de los elementos integrantes, sin descomponer su unidad ortográfica, fonética e ideológica, el signo solicitado presenta similitudes con la marca opositora, en el presente caso, existe un riesgo de confusión inminente entre los signos confrontados, pues los signos contienen un significado conceptual íntimamente relacionado.*

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **7** de **41**





*En complemento a lo mencionado, a criterio de esta Autoridad se debe otorgar una mayor preponderancia al elemento ideológico al realizar el cotejo, pues es este principalmente radica el riesgo de confusión y recordación en la mente del consumidor, por lo que, dicho cotejo entre los signos en conflicto deberá versar, principalmente sobre este.*

*(...) **5.4** En el caso en concreto, no cabe duda respecto de los elementos principales que conforman el signo solicitado y las marcas opositoras, pues como se puede advertir de estos, los elementos denominativos, nos llevan a la misma idea/concepto, y por consecuente, su coexistencia es imposible atentando contra los derechos del opositor.*

*Dada la posición de los elementos integrantes del signo solicitado, esta Autoridad concluye que el consumidor podría confundir un servicio por otro, pues las similitudes existentes entre ellos son evidentes, los consumidores asociarían ambas marcas como una, o identificarían erróneamente el origen empresarial de ambos signos en conflicto, pensando que ambas colaboran para trabajar de forma conjunta, provocando un claro riesgo de confusión y/o asociación para el público consumidor que no identificaría cada servicio sin error alguno.*

***5.5** Respecto al argumento del opositor, en el sentido de que la solicitud del registro constituye una solicitud de mala fe y un acto de competencia desleal es importante analizar lo siguiente: (...)*

***5.6** En el presente caso, **DUKERS TRAVEL**, mediante escrito de oposición señaló lo siguiente:*

*"(...) no solo el conocimiento que tenía la solicitante de la marca y derecho de autor "LA CARAVANA DEL CAMPEÓN" sino que al haber mantenido relaciones profesionales con el titular del registro y derecho de autor su actuar es claramente de mala fe (...)"*

*Conforme el análisis de las pruebas aportadas, a criterio de esta Autoridad se ha demostrado que entre el opositor y el solicitante existieron vínculos comerciales con anterioridad a la solicitud por parte de este último, por lo que pese a tener un pleno conocimiento de la existencia de la marca CARAVANA DEL CAMPEÓN y de los servicios ofertados a través del mismo, el solicitante ha presentado para registro un signo con similitudes ideológicas-conceptuales y que se encuentra*





destinado a identificar los mismos servicios, existiendo indicios suficientes y razonables de que la solicitud de registro de la denominación EL BUS DE LOS CAMPEONES presentada por **Agencia de Viajes y Operadora de Turismo Quindetour Cia. Ltda.** empresa de la cual el señor DAVID CARRASCO forma parte de la misma, se haya solicitado de mala fe o con intenciones desleales en el comercio, considerando que el mismo en su momento obtuvo una autorización por parte del señor DOUGLAS REYES RAMÍREZ para la comercialización de los servicios para la planificación y realización de la CARAVANA DEL CAMPEÓN, por lo que, el signo solicitado contraviene las disposiciones legales vigentes y no se puede permitir su registro.

**5.7** Ahora bien, en relación a los argumentos señalados por el solicitante mediante escrito de alegato, es necesario puntualizar que la empresa **Agencia de Viajes y Operadora de Turismo Quindetour Cia.** no ha probado que la oferta de los servicios identificados bajo el signo EL BUS DE LOS CAMPEONES se viene realizando desde hace varios años en el mercado, incluso anteriores al registro opositor conforme lo alegado, puesto que en la mayoría de publicidad agregada al expediente administrativo no se pueden visualizar fechas específicas, así como tampoco anexado material documental relevante, constando únicamente imágenes, publicidad que no desvirtúan lo señalado por la parte opositora.

**5.8** Habiéndose determinado que los signos confrontados guardas similitudes o identidad al grado de generar un posible riesgo de confusión, es importante referirnos a la conexión competitiva o al principio de especialidad marcaria.

**SEXTO. Conexión competitiva (...)** **6.3** Revisado el detalle de los servicios comparados, esta Autoridad considera razonable pensar que el consumidor promedio pueda pensar que los servicios correspondientes al signo solicitado y la marca registrada previamente provienen de un mismo origen empresarial, pues ello es común que suceda en la industria, por lo que, se concluye, que los signos en conflicto presentan una convergencia competitiva que no hace posible su coexistencia en el mercado ecuatoriano.

El signo solicitado es susceptible de acarrear riesgo de confusión frente al signo previamente registrado, estando incurso en la causal de prohibición de registro, siendo imposible por tanto

*acceder a su registro, debido a que la normativa protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado. (...)*

*Bajo esta óptica se puede verificar que existe posibilidad de que la persona que los adquiriera pueda asumir como razonable que los servicios protegidos por los signos en conflicto tienen el mismo origen empresarial. En tal virtud, los adquirientes potenciales de los servicios que se identifiquen con el signo del solicitante, van asociados con la marca registrada pues serán comercializados por el mismo canal o publicitados por los mismos medios, por lo tanto, de esta forma, quienes aprecien ambos signos no serán capaces de diferenciarlos sencillamente y de distinguirlos, existiendo la posibilidad de que se contraten unos y, que se confunda el origen empresarial de cada uno.*

**6.4** *En definitiva, esta Autoridad determina una vez realizado el cotejo marcario respectivo, conforme a los parámetros doctrinarios y jurisprudenciales correspondientes, entre los signos confrontados existen similitudes suficientes en los campos de comparación visual, fonético-auditivo o ideológico conceptual, el signo solicitado no posee suficiente fuerza distintiva para identificar los servicios que pretende de los demás existentes en el tráfico económico, por lo tanto, su registro no es procedente.”*

**3.2. AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.,** argumentó lo siguiente:

- Falta de motivación en la resolución impugnada.
- El signo solicitado cumple los requisitos de perceptibilidad, distintividad y susceptibilidad de representación gráfica.
- La autoridad de instancia anterior no consideró el componente gráfico del signo mixto solicitado.
- Registrabilidad del signo solicitado, este posee elementos suficientemente distintivos para acceder a registro.
- Falta de similitud gráfica y fonética entre los signos confrontados.
- Abuso del derecho por parte de DUKERS S.A., compañía que ha realizado actuaciones en contra de las buenas prácticas del mercado en busca de monopolizarlo.

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **10** de **41**

- La recurrente se reserva el derecho de presentar acción de cancelación por falta de uso de la marca opositora.

Al respecto, el presente Tribunal de la verificación realizada en las bases de datos institucionales, ha constatado que no se encuentra iniciada dicha acción de cancelación por falta de uso de la marca opositora.

### 3.3. DUKERS S.A, argumentó lo siguiente:

- Legítimo interés para oponerse al registro de un signo similar a su marca y su obra literaria.
- La solicitud de registro del signo objeto de análisis, corresponde a un acto de competencia desleal.
- El recurrente mantuvo vínculos comerciales con la recurrida, en virtud de los cuales conoció LA CARAVANA DEL CAMPEÓN registrada como marca y obra literaria a favor de la recurrida, por lo cual, la recurrente busca el aprovechamiento ilícito de los mismos a través de un signo similar a estos.
- Mala fe.
- Riesgo de confusión entre los signos confrontados, debido a que buscan proteger servicios de la misma Clase Internacional <sup>3</sup>.

**CUARTO: MOTIVACIÓN.** - En vista que la recurrente alegó nulidad de la resolución impugnada por indebida motivación y vicios de incongruencia en la misma, este Tribunal considera necesario referirse, en primer lugar, a este requisito de los actos administrativos.

En el literal l) del numeral 7 del artículo 76 de La Constitución del Ecuador, se determina lo siguiente:

---

<sup>3</sup> Al respecto, se observa que si bien la recurrida alegó identidad competitiva en la Clase Internacional No. 43, este Tribunal precisa tener en cuenta que, conforme consta en el título No. SENADI\_2020\_TI\_7188 emitido el 03 de abril de 2020, y en la Resolución No. SENADI\_2020\_RS\_2531 de 27 de febrero de 2020, la marca mixta LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo, se encuentra registrada en la Clase Internacional No. 41. Además, dado que el signo solicitado, busca reivindicar productos de la misma Clase Internacional No. 41, este Tribunal conforme el principio *iura novit curia* consagrado en nuestra legislación, considerará el argumento de la recurrida respecto a identidad de servicios dentro de una misma clase.

*“Las resoluciones de los poderes públicos deberán ser motivadas. No habrá motivación si en la resolución no se enuncian las normas o principios jurídicos en que se funda y no se explica la pertinencia de su aplicación a los antecedentes de hecho. Los actos administrativos, resoluciones o fallos que no se encuentren debidamente motivados se consideraran nulos.”*

A fin de comprender mejor el concepto de motivación de los actos administrativos, es pertinente valerse de la doctrina, por lo que nos permitimos citar a Roberto Dromi, quien de forma muy clara expone:

*“Debe ser una auténtica y satisfactoria explicación de las razones de la emisión del acto. No se trata de un mero escrúpulo formalista, ni tampoco se admite una fabricación ad hoc de los motivos del acto, con ello no se busca establecer formas por las formas mismas, sino preservar valores sustantivos y aparece como una necesidad la observancia del principio de legalidad en la actuación de los órganos estatales y que desde el punto de vista del particular o administrado traduce una exigencia fundada en la idea de una mayor protección de los derechos individuales.”<sup>4</sup>*

El requisito de motivación, entonces, no establece parámetros cuantitativos mínimos, por lo que no puede juzgarse la debida o indebida motivación por la sola extensión del razonamiento expresado en el acto, pues existen circunstancias en las que bastarán pocas líneas para dejar clara la voluntad administrativa y su proceso de formación, mientras existirán otros casos en los que la motivación deba extenderse ampliamente.

El recurrente aduce nulidad por indebida motivación en la resolución impugnada y vicios de incongruencia en la misma, por el solo hecho que la Resolución no compatibilizó con sus pretensiones y argumentos, plasmados en la instancia de registro ante la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

En otras palabras, más allá de la concordancia o discordancia con el criterio de la referida Autoridad, este Tribunal observa que el proceso de formación de la voluntad administrativa está claro y permite conocer

---

<sup>4</sup> DROMI, Roberto, Derecho Administrativo, 5ta. Edición, Ediciones Ciudad de Argentina, Buenos Aires, 1996, pág. 222.

a ciencia cierta la forma cómo la autoridad arribó a su decisión, basada en los hechos relevantes y el derecho aplicable de acuerdo con la realidad material del expediente.

Por lo tanto, este Tribunal no encuentra indebida motivación ni incongruencia en la Resolución impugnada, por lo que tampoco se observan vicios que conlleven la nulidad de la misma.

Sin embargo, dado que el argumento de falta de motivación se fundamenta en el examen de registrabilidad realizado por la Autoridad de instancia anterior, este Tribunal verificará los argumentos esgrimidos en el recurso, así como el presente expediente administrativo.

**QUINTO: ANÁLISIS DE REGISTRABILIDAD.**– En virtud de los fundamentos del recurso de apelación presentado, este Tribunal procederá a realizar el examen de registrabilidad correspondiente, a fin de comprobar si el signo mixto solicitado **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, cumple – o no – con los requisitos del artículo 134 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, y, en tal virtud, si se encuentra incurso o no en las prohibiciones establecidas en los artículos y, en tal virtud, si se encuentra incurso o no en las prohibiciones de los artículos 135, 136 y 137 del citado cuerpo normativo.

En el artículo 134 de la Decisión 486, se establecen los requisitos que un signo debe reunir para que sea susceptible de registrarse como marca:

*“A efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica. La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro (...).”*

De esta definición se desprenden dos requisitos para el registro de un signo como marca: la susceptibilidad de representación gráfica y su capacidad distintiva.

El TJCA, define la susceptibilidad de representación gráfica como “(...) la posibilidad de que el signo solicitado a registro como marca sea descrito mediante palabras, gráficos, signos, colores, figuras etc., de tal manera que sus componentes puedan ser percibidos por quien lo aprecia.”<sup>5</sup>

Es así que, este Tribunal observa que el signo mixto solicitado **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA** cumple de forma evidente con el requisito de susceptibilidad de representación gráfica, a través de su logotipo.

**5.1. Distintividad.** - La distintividad es la característica principal que debe presentar un signo para constituir marca y consiste en la facultad de distinguir los productos o servicios que el signo identifica de los demás productos o servicios del mismo género o especie existentes en el mercado, facilitando la selección y adquisición de los productos o servicios por parte de los consumidores. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha manifestado que:

*“La distintividad, es la capacidad que tiene un signo para individualizar, identificar y diferenciar en el mercado los productos o servicios, haciendo posible que el consumidor o usuario los seleccione. Es considerada como característica esencial que debe reunir todo signo para ser registrado (...) y constituye el presupuesto indispensable para que ésta cumpla su función principal de identificar e indicar el origen empresarial y en su caso incluso, la calidad del producto o servicio, sin riesgo de confusión o asociación.”<sup>6</sup>*

La distintividad se presenta de dos maneras: i) distintividad intrínseca que se refiere a la estructura del signo en sí mismo y que le permite diferenciar productos o servicios en el mercado; y ii) distintividad extrínseca que se refiere a la relación del signo solicitado para diferenciarse de los otros signos en el mercado. Sobre esto el TJCA, ha establecido:

---

<sup>5</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial de 11 de abril de 2023, dentro del proceso No. 344-IP-2022.

<sup>6</sup> Interpretación Prejudicial de 25 de agosto de 2014 expedida en el proceso 4IIP-2014.

*“La distintividad tiene un doble aspecto: 1) distintividad intrínseca, mediante la cual se determina la capacidad que debe tener el signo para distinguir productos o servicios en el mercado; y, 2) distintividad extrínseca, mediante la cual se determina la capacidad del signo de diferenciarse de otros signos en el mercado. Este último aspecto tiene que ver con la causal contenida en el artículo 136 literal a).”<sup>7</sup>*

**5.1.1. Distintividad intrínseca.** - La distintividad intrínseca del signo mixto **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, no ha sido cuestionada, y a criterio del presente Tribunal, dicho signo si reúne los elementos suficientes para distinguir los servicios encasillados en la clase No. 41 de la Clasificación Internacional de bienes y servicios establecida por el Arreglo de Niza, es decir, no se considera en su totalidad e integralidad como un signo genérico, descriptivo o carente de distintividad per sé.

**5.1.2. Distintividad extrínseca.** - La distintividad extrínseca es el punto focal de análisis, debido a que se encuentra en discusión si existen semejanzas entre el signo mixto solicitado **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA** y la marca **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo**, previamente registrada a favor de la recurrente.

Se debe analizar si el signo mixto solicitado **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, estaría incurso - o no- en la prohibición de registro contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que dispone:

***“Artículo 136.-** No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:*

<sup>7</sup>

Interpretación Prejudicial de 19 de junio de 2013 expedida en el proceso 110IP-2013.



- a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación."*

Al respecto, sobre la norma antes señalada el TJCA ha manifestado:

*"1.2. Como se desprende de esta disposición, no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro signo registrado o solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carece de fuerza distintiva. Los signos no son distintivos extrínsecamente cuando puedan generar riesgo de confusión (directo o indirecto) y/o riesgo de asociación en el público consumidor.*

- a) El **riesgo de confusión**, puede ser directo e indirecto. El primero riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.
- b) El **riesgo de asociación**, consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirir piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica.

1.3. Se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión (directo o indirecto) o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta en esta valoración la similitud entre dos signos puede ser:

- a) **Ortográfica:** Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto, desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

- b) **Fonética.** Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad de la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también deben tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.
- c) **Conceptual o ideológica.** Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.
- d) **Gráfica o figurativa.** Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.”<sup>8</sup>

**5.1.2.1. Cotejo marcario.-** El cotejo marcario se debe realizar con el fin de determinar si entre los signos en conflicto existe identidad o similitud en los ámbitos ortográfico, fonético-auditivo y conceptual-ideológico, conforme a los parámetros establecidos por el propio TJCA.<sup>9</sup>

Para el cotejo entre el signo mixto solicitado y la marca mixta previamente registrada, se debe tener en cuenta los parámetros del TJCA para la comparación entre signos mixtos:

*“En el análisis de signos mixtos se deberá determinar qué elemento —sea denominativo o gráfico— penetra con mayor profundidad en la mente del consumidor. Así, la autoridad competente deberá determinar en el caso concreto si el elemento denominativo del signo mixto es el más característico, o si lo es el elemento gráfico, **o ambos**, teniendo en cuenta, la capacidad expresiva de las palabras y el tamaño, color y colocación de los elementos gráficos, y también si estos últimos son susceptibles de evocar conceptos o si se trata de*

---

<sup>8</sup> Interpretación prejudicial emitida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina el 16 de septiembre de 2019 dentro del Proceso No. 228-IP-2019.

<sup>9</sup> Interpretación Prejudicial de 10 de septiembre de 2014 expedida en el proceso 69-IP-2014.

*elementos abstractos.<sup>10</sup>*

*Al realizar el cotejo entre signos mixtos, se debe tomar en cuenta lo siguiente<sup>11</sup>:*

- a) *Si en los signos mixtos predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las siguientes reglas para el cotejo de signos denominativos:<sup>12</sup>*
- (i) *Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
  - (ii) *Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario<sup>13</sup>. Como ejemplo tenemos el lexema **deport** en: **deport**-e, **deport**-ivo, **deport**-istas, **deport**-ólogo.*

*Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado*

---

<sup>10</sup> Ver Interpretaciones Prejudiciales números 472-IP-2015 de fecha 10 de junio de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2755 del 11 de julio de 2016; y 418-IP-2015 de fecha 13 de junio de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2754 del 11 de julio de 2016.

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> Ver Interpretación Prejudicial N° 472-IP-2015 de fecha 10 de junio de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2755 del 11 de julio de 2016.

<sup>13</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE). *Diccionario de la RAE*. Definición de lexema: «1. m. Ling. Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p. ej., sol, o que, poseyéndolos, prescinde de ellos por un proceso de segmentación; p. ej., terr, en enterráis.» Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=NCu16TD> (Consulta: 20 de octubre de 2020).

y que unido a un lexema modifica su definición.<sup>14</sup>

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.
- Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

(iii) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

---

<sup>14</sup> REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (RAE). *Diccionario de la RAE*. Definición de morfema:

«1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.

2. m. Gram. Por oposición a lexema, morfema gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.

3. m. Gram. Unidad mínima de significado. La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.» Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Pol8j2> (Consulta: 20 de octubre de 2020).

- (v) *Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- b) *Si resultare que el elemento característico de los signos mixtos es el gráfico, se deben utilizar las reglas de comparación para los signos puramente gráficos o figurativos, según sea el caso<sup>15</sup>:*
- (i) *Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe.*
- (ii) *Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión.*
- (iii) *Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de*

---

<sup>15</sup> En la Interpretación Prejudicial N° 524-IP-2016 de 12 de junio de 2017, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3071 del 8 de agosto de 2017, el TJCA recogió las siguientes definiciones:

**El trazado:** son los trazos del dibujo que forman el signo.

**El concepto:** es la idea o concepto que el dibujo suscita en la mente de quien la observa.

**Los colores:** si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro.

*diferenciación del signo solicitado a registro. 16*

- c) *Si al realizar la comparación se determina que en los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, pudiendo estos coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.*<sup>17</sup>

*Es importante resaltar que la marca mixta es una unidad en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo y del gráfico como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se le protege en su integridad y no a sus elementos por separado.*<sup>18</sup>

*Si bien la doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, ello no impide que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico por lo general suele ser de mayor importancia cuando evoca conceptos que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto.*<sup>19</sup>

*Sobre la base de los criterios expuestos, se deberá determinar el elemento característico de los signos mixtos y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto de*

---

<sup>16</sup> Ver Interpretación Prejudicial N° 161-IP-2015 de fecha 27 de octubre de 2015, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2656 del 25 de enero de 2016.

<sup>17</sup> Ver Interpretaciones Prejudiciales números 472-IP-2015 de fecha 10 de junio de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2755 del 11 de julio de 2016; y 418-IP-2015 de fecha 13 de junio de 2016, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2754 del 11 de julio de 2016.

<sup>18</sup> Ver Interpretación Prejudicial N° 106-IP-2015 de fecha 20 de julio de 2015, publicada en la Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2606 del 14 de octubre de 2015.

<sup>19</sup> Ibidem.

conformidad con los criterios señalados en los puntos precedentes.”<sup>20</sup>

Los signos confrontados, son los siguientes:

SIGNO SOLICITADO CI. No. 41	MARCA REGISTRADA CI. No. 41 Título No. SENADI_2020_TI_7188
	

De la comparación de los signos en conflicto, realizada acorde a lo recomendado por la jurisprudencia del TJCA, el presente Tribunal observa que el elemento que prevalece en los respectivos conjuntos marcarios, es el denominativo, por tener mayor influencia e impacto en la mente del consumidor, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, conforme la nutrida jurisprudencia andina sobre el tema. Además, los respectivos elementos gráficos de los signos confrontados, no contienen características sobresalientes al punto de prevalecer por sobre sus elementos denominativos. Por lo tanto, en los signos confrontados, sus respectivos componentes denominativos, por su ubicación, tamaño y relevancia, son los prevalentes y, en consecuencia, el cotejo marcario se efectúa con énfasis en la denominación de los signos confrontados, conforme las reglas para el cotejo de signos denominativos, indicadas *ut supra*.

Toda vez que los signos confrontados se encuentran conformados por más de una palabra, cabe observar las reglas de los signos denominativos compuestos adoptadas por el TJCA:

<sup>20</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 125-IP-2017





- "a) Ubicación de las palabras en el signo denominativo compuesto. La primera palabra genera más poder de recordación en el público consumidor.*
- b) Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la extensión de la palabra. Las palabras más cortas por lo general tienen mayor impacto en la mente del consumidor.*
- c) Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la sonoridad de la palabra. Entre más fuerte sea la sonoridad de la palabra, esta podría tener mayor impacto en la mente del consumidor.*
- d) Analizar si la palabra es evocativa y cuán fuerte es su proximidad con los productos o servicios que ampara el signo. Entre mayor sea la proximidad del signo evocativo con los productos o servicios que ampara, tendrá un mayor grado de debilidad. En este caso, la palabra débil no tendría relevancia en el conjunto.*
- e) Analizar si la palabra es genérica, descriptiva o de uso común. Las palabras genéricas, descriptivas o de uso común se deben excluir del cotejo de marcas.*
- f) **Analizar el grado de distintividad de la palabra teniendo en cuenta otros signos ya registrados.**<sup>21</sup> (El énfasis es agregado al texto original).*

En tal virtud, este Tribunal observa que, el signo solicitado, se encuentra conformado por la expresión **"EL BUS DE"** misma que, dada la naturaleza de los servicios que busca ofertar la solicitante con dicho signo, describe<sup>22</sup> el medio a través del cual se prestarían los servicios de entretenimiento y actividades deportivas y culturales que busca proteger el signo solicitado. De igual forma ocurre con la expresión **"LA CARAVANA DEL"** que conforma la marca previamente registrada a favor de la recurrida, puesto que describe lo mismo, el medio a través del cual presta los servicios de tour deportivo que identifica en el mercado.

---

<sup>21</sup> Interpretación Prejudicial de 29 de marzo de 2019, expedida en el proceso 684-IP-2018.

<sup>22</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 322-IP-2019: "A diferencia de los signos genéricos, que designan a los productos y servicios, los descriptivos sirven para informar **las características, cualidades, usos, ingredientes, efectos, procedencia u otras propiedades de esos productos o servicios.** Se trata de signos que frecuentemente pretenden ser apropiados por las empresas, ya que per se publicitan al objeto sobre el que se colocan al transmitir información directa sobre él, además resultan de fácil aprendizaje y memorización para el público consumidor." (Énfasis agregado al texto original).

De igual forma, este Tribunal observa que el signo solicitado y la marca previamente registrada a favor de la recurrida, comparten entre sí el elemento denominativo “CAMPEÓN” que, en el caso del signo solicitado, se encuentra reproducida en singular “CAMPEÓN” y en la marca opositora consta en plural “CAMPEONES”, pero en ambos casos transmite la misma idea respecto a triunfo deportivo y primacía en campeonato, toda vez que CAMPEÓN/CAMPEONES se define en el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española “*Persona(s) que obtiene(n) la primacía en el campeonato*”<sup>23</sup>. En tal virtud, dada la connotación en mención de CAMPEÓN / CAMPEONES, su naturaleza resulta laudatoria<sup>24</sup>, porque describiría de manera enaltecedora el tipo de personas que transportan respectivamente en su BUS / CARAVANA, y daría a entender que quienes contratan sus servicios son personas campeonas, ganadoras.

Ahora bien, toda vez que la marca previamente registrada a favor de la recurrida **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo** también se encuentra conformada por elementos descriptivos y un componente adicionalmente laudatorio, este Tribunal considera importante recordar lo establecido por el TJCA respecto a la procedencia de registros conformados por dichos elementos:

*“Si bien la norma transcrita prohíbe el registro de signos conformados exclusivamente por designaciones comunes o usuales, las palabras o partículas de uso común al estar combinadas con otras pueden generar signos completamente distintivos, caso en el cual se puede proceder a su registro. En este último caso, el titular de dicha marca no puede impedir que las expresiones de uso común puedan ser utilizadas por otros empresarios. Ello, significa que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, toda vez que las partículas genéricas o de uso común se deben excluir del cotejo de la marca.”<sup>25</sup> (Énfasis agregado al texto original)*

*“5.2. (...) La norma transcrita prohíbe el registro de signos que sean designaciones o indicaciones descriptivas, incluidas las expresiones laudatorias referidas a los productos. Sin embargo, los*

<sup>23</sup> <https://dle.rae.es/campe%C3%B3n>

<sup>24</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 71-IP-2021: Se entiende por expresión laudatoria aquella que alaba, enaltece, exalta, etc. las características de los productos o de los servicios que va a distinguir un signo. A manera didáctica, se hace referencia a que este tema se enlaza con la posibilidad de una publicidad excluyente, en el sentido de que el anunciante resalta su posición de preeminencia y preferencia en el mercado sin hacer ninguna referencia o comparación con otros competidores.

<sup>25</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 322-IP-2019.

*signos compuestos por un vocablo descriptivo o por una expresión laudatoria, tienen la posibilidad de ser registrados siempre que formen **un conjunto suficientemente distintivo**. A pesar de esto, el titular de un signo con dichas características, tiene que ser consciente de que no puede impedir la utilización del elemento descriptivo o laudatorio y, por lo tanto, su marca sería considerada débil.”*<sup>26</sup> (Énfasis agregado al texto original).

Por lo tanto, este Tribunal no desconoce que la marca mixta **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo**, aunque se compone de elementos no apropiables de manera exclusiva por ningún empresario, en su conjunto, es una combinación lo suficientemente distintiva que en su integralidad ya fue registrada a favor de una titular única – DUKERS S.A. – para proteger servicios de la clase No. 41 de la Clasificación Internacional de Niza.

No obstante, si bien los elementos descriptivos no son apropiables de manera exclusiva por ningún empresario, este Tribunal no excluye dichos elementos del cotejo marcario, debido a que los signos confrontados se reducirían de tal forma que no sería posible realizar la comparación pertinente. Sobre esto el TJCA ha indicado lo siguiente:

*“Ello, significa que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, toda vez que las partículas genéricas o de uso común se deben excluir del cotejo de la marca. **No obstante, si la exclusión de los componentes descriptivos, genéricos o de uso común llegare a reducir el signo de tal manera que resultara imposible hacer una comparación, puede hacerse el cotejo considerando de modo excepcional dichos componentes, bajo la premisa que el signo que los contenga tendría un grado de distintividad débil, en cuyo escenario se deberá analizar los signos en su conjunto,** la percepción del público consumidor o cualquier otra circunstancia que eleve o disminuya el grado de distintividad de los signos en conflicto.”*<sup>27</sup> (Énfasis agregado al texto original)

En tal virtud, este Tribunal observa que, entre las denominaciones del signo solicitado y la marca previamente registrada a favor de la recurrida, existe identidad conceptual debido a que el consumidor

---

<sup>26</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 71-IP-2021.

<sup>27</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 322-IP-2019.

medio percibirá el significado idéntico que transmiten los signos confrontados, porque tanto “EL BUS DE LOS CAMPEONES” como “LA CARAVANA DEL CAMPEON” transmiten en su conjunto e integralidad una misma idea respecto al medio de transporte del vencedor.

Y, además de dicha identidad conceptual, existen semejanzas ortográficas y fonéticas que incrementan la extrema similitud entre los signos confrontados, toda vez que comparten una extensión gramatical sumamente similar, dado que el signo solicitado se encuentra conformado por un total de 19 letras y la marca previamente registrada se compone por 20 letras, con sílaba tónica idéntica entre sí y una misma terminación, lo cual conlleva que, al percibirse los signos en el mercado, no se puedan diferenciar con claridad un signo de otro, porque además se emiten sonidos similares al pronunciarlos.

Por lo tanto, este Tribunal es del criterio que los signos comparados son sumamente similares, por lo cual, es necesario analizar si los productos reivindicados por cada uno, podrían suscitar *-o no-* riesgo de confusión o asociación en los consumidores.

**5.1.2.2. Conexión competitiva.** – No obstante, lo mencionado, es preciso indicar que la sola identidad entre los signos cotejados, no es suficiente para que se presente riesgo de confusión o asociación entre los mismos. En adición, es necesaria la identidad o conexión competitiva de los productos o servicios amparados por estos,

El TJCA ha adoptado tres criterios sustanciales para establecer la conexión competitiva: i) el grado de sustitución (intercambiabilidad) entre productos o servicios; ii) la complementariedad entre sí de los productos o servicios y iii) la posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). También indicó que los siguientes criterios por sí mismos no son suficientes para acreditar la vinculación competitiva: i) la pertenencia de una misma clase de los productos o servicios y ii) los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización; los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función; el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Interpretación Prejudicial de 14 de febrero de 2020 expedida en el proceso 35-IP-2020.

- El signo solicitado por AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA., **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, busca identificar: “Educación; formación; servicios de entretenimiento; **actividades deportivas** y culturales” servicios encasillados en la clase No. 41 de la Clasificación Internacional de bienes y servicios establecida por el Arreglo de Niza.
- La marca **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo**, de **DUKERS S.A.**, con título No. SENADI\_2020\_TI\_7188, vigente hasta el 27 de febrero de 2030, protege: “Especialmente: organización de **competencias deportivas** y servicio de tour deportivo.” servicios encasillados en la clase No. 41 de la Clasificación Internacional de bienes y servicios establecida por el Arreglo de Niza.

El Tribunal encuentra que los servicios que busca reivindicar el signo solicitado y los servicios protegidos por la marca registrada no solo pertenecen a la misma Clase Internacional No. 41, sino que son idénticos. Por lo tanto, bajo el criterio de razonabilidad, los consumidores al percibir los signos en el mercado, pensarían que los referidos servicios de actividades deportivas, provienen del mismo empresario que ya oferta servicios de organización de competencias deportivas y de tour deportivo en el mercado con su marca **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo** y asociarían el signo solicitado “**EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**” como un signo más de DUKERS S.A. En consecuencia, los productos analizados tienen conexión competitiva.

Por lo tanto, dada su identidad conceptual y similitudes tanto ortográficas como fonéticas, así como la identidad competitiva evidenciada entre sí, los signos confrontados sí generan riesgos de confusión y asociación latentes en el público consumidor.

**SEXTO: COMPETENCIA DESLEAL Y MALA FE.** – Ahora bien, una vez determinado el riesgo de confusión y asociación que generaría el signo solicitado en el público consumidor respecto a la marca opositora, este Tribunal precisa referirse sobre las alegaciones de las partes respecto a los posibles actos de competencia desleal por parte de las mismas, así como sobre la mala fe de la solicitante del signo alegada por la recurrida, toda vez que:

- Por una parte, **DUKERS S.A.** alegó que la compañía **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUTOUR CIA. LTDA.** con la solicitud del signo mixto objeto de análisis, **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA**, estaría actuando de mala fe y pretendería perpetrar actos de competencia desleal; y,
- Por otro lado, la recurrente alegó abuso del derecho por parte de **DUKERS S.A.**, por actuaciones en contra de las buenas prácticas del mercado en busca de monopolizarlo.

En tal virtud, este Tribunal precisa realizar el análisis correspondiente a fin de determinar la procedencia o improcedencia de las referidas alegaciones, para lo cual considera necesario tener en cuenta lo siguiente:

**6.1. Competencia desleal.** - En lo atinente a los actos de competencia desleal, se debe tener en cuenta lo previsto en el artículo 137 de la Decisión 486:

*“Artículo 137.- Cuando la oficina nacional competente tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro.”*

Como complemento al artículo antes detallado, es importante considerar el criterio que el TJCA tiene respecto de los actos de competencia desleal:

*“1.13. En el Artículo 259 de la Decisión 486 se consideran los actos de competencia desleal vinculados a la propiedad intelectual que, como ya se dijo, no configuran una lista taxativa los siguientes:*

- «a) cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;*
- b) las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; o,*



*c) las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.»*

*1.14. Los actos de competencia desleal por confusión, recogidos en el Literal a) previamente citado, gozan de las siguientes características.*

*(...) Para catalogar un acto como desleal, es condición necesaria que los competidores concurren en un mismo mercado, puesto que, si no hay competencia; es decir, si los actores no concurren en un mismo mercado no se podría hablar de competencia desleal.*

*En relación con este punto, el Tribunal ha manifestado:*

*«En todo caso, procede tener en cuenta que, a los fines de juzgar sobre la deslealtad de los actos capaces de crear confusión, es necesario que los establecimientos, los productos o la actividad industrial o comercial de los competidores concurren en un mismo mercado. En la doctrina se ha dicho sobre el particular que "para que un acto sea considerado desleal, es necesario que la actuación se haya producido en el mercado, esta actuación sea incorrecta y pueda perjudicar a cualquiera de los participantes en el mercado, consumidores o empresarios, o pueda distorsionar el funcionamiento del propio sistema competitivo. (...) para que el sistema competitivo funcione hay que obligar a competir a los empresarios e impedir que al competir utilicen medios que desvirtúen el sistema competitivo en sí (FLINT BLANCK, Pinkas: "Tratado de defensa de la libre competencia", Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, 2002, p- 115)»*

*1.15. El Tribunal, sobre los actos de competencia desleal regulados por la Decisión 486, y en especial sobre dichos actos vinculados a la propiedad industrial, ha manifestado: «En un régimen de libre competencia, se justifica que, en el encuentro en el mercado entre la oferta de productores y comerciantes y la demanda de clientes intermedios y consumidores, un competidor alcance, en la venta de sus productos o en la prestación de sus servicios, una posición de ventaja frente a otro u otros, si ha obtenido dicha posición a través de medios lícitos.*



*1.16. La licitud de medios, en el ámbito vinculado con la propiedad industrial, significa que la conducta competitiva del agente económico debe ser compatible con los usos y prácticas consideradas honestas por quienes participan en el mercado, toda vez que la realización de actos constitutivos de una conducta contraria al citado deber de corrección provocaría desequilibrios en las condiciones del mercado y afectaría negativamente los intereses de competidores y consumidores.*

*1.17. La disciplina de estos actos encuentra así justificación en la necesidad de tutelar el interés general de los participantes en el mercado, por la vía de ordenar la competencia entre los oferentes y prevenir los perjuicios que pudieran derivar de su ejercicio abusivo." <sup>29</sup>*

Conforme la valoración probatoria realizada en el numeral 6.3. de este acápite de la presente resolución, este Tribunal no cuenta con indicios suficientes de que el signo solicitado objeto de análisis se hubiere solicitado con el ánimo de perpetrar, perfeccionar o facilitar un acto de competencia desleal contra ningún tercero ni contra el recurrente; pues las pruebas aportadas no aportan evidencia sobre dicha alegación, por ello este Tribunal no procederá a referirse a los posibles actos de competencia desleal, rechazándose dicha argumentación al ser impertinente dentro del presente trámite.

**6.2. Mala fe.** - En lo atinente a las actuaciones de mala fe, es necesario considerar que, del estudio de la jurisprudencia comunitaria andina, la buena fe comercial, parte del derecho mercantil, es una conducta a considerarse por los solicitantes de signos distintivos. Sobre el asunto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina manifestó:

*"El concepto de buena fe, junto con otros principios universales del derecho como el de la equidad, el abuso del derecho o el del enriquecimiento sin causa, constituye uno de los pilares fundamentales del orden jurídico que, como tal, debe regir no sólo las relaciones contractuales sino también cualquier actuación en la vida de relación de los sujetos de derecho. Se trata de un postulado que, en cuanto principio, es exigible a toda persona y no contempla excepciones en su*

---

<sup>29</sup> Interpretación Prejudicial 59-IP-2021



*aplicación. La buena fe es concebida como la convicción o conciencia de no perjudicar a otro o de no defraudar la ley. Lo contrario de la actuación de buena fe es el obrar con mala fe, vale decir, por medio de procedimientos arteros, faltos de sinceridad o dolosamente concebidos y, sobre todo, con la intención de actuar en provecho propio y en perjuicio del interés ajeno.*

*En el régimen marcario andino el principio de la buena fe debe regir las actuaciones tanto de quienes solicitan el registro de las marcas como de quienes las impugnan o formulan observaciones a dicho registro.”<sup>30</sup>*

En concordancia, a nivel doctrinal, el jurista Ricardo Antequera Parilli, sobre los actos de competencia desleal y mala fe, así como respecto a los mecanismos y maniobras bajo las cuales se puede llevar a cabo dichos actos, ha desarrollado lo siguiente:

*“La distintividad busca proteger simultáneamente al consumidor y al esfuerzo empresarial; en relación con el primero, a fin de defender su autonomía y evitar que pueda caer en error de hecho en proceso de selección y adquisición de los bienes y servicios que consume; y con respecto al segundo, reconocer la inversión que existe detrás de la puesta a disposición del público de un determinado bien o servicio y el esfuerzo técnico-organizativo que ello implica.*

*Por eso la imposibilidad del registro de marcas idénticas o similares para identificar prestaciones iguales o semejantes, o del uso indebido de tales signos para distinguir en el mercado a bienes o servicios de la misma clase o entre los cuales exista conexión, todo en el contexto de los principios que hacen a la esencia misma del llamado derecho de marcas o “derecho marcario”*

*La falta de distintividad de una marca en relación a productos o servicios idénticos o similares nos lleva a la figura del “riesgo de confusión” o, como lo denomina la jurisprudencia en Argentina “similitud confusionista”.*

*El riesgo de confusión puede ser directo, cuando se trata de los mismos productos o servicios y los signos son esencialmente iguales, de modo que el público puede terminar adquiriendo o*

---

<sup>30</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 110-IP-2010.



contratando erróneamente los que emanan de un competidor, o indirecto, cuando sin haber identidad, el público llega a una conclusión errónea en cuanto al origen de los mismos, incluso si el consumidor yerra al pensar que se trata de una familia de marca como apunta el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (...)

<en el mercado general de bienes y servicios, el consumidor se verá protegido, frente a una competencia desleal, cuando distinga e identifique los productos o servicios por intermedio del distintivo marcario, que por sí le asigna la seguridad de adquirir con esa marca un producto que a su criterio es el que aspira obtener, bien por la calidad o por el origen empresarial" Para determinar el riesgo de confusión, la constante en la legislación comparada sólo exige que el signo que se pretende registrar o usar en el mercado "pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación" (u otra frase similar), lo que quiere decir que no se precisa que la confusión haya ocurrido, pues basta que exista la probabilidad de que el consumidor se confunda o incurra en el error de confundir un producto o un servicio con otro, o asociarlos al mismo origen empresarial>

(...) Un simple "signo confundible" **se convierte, además, en una imitación fraudulenta, propia de la competencia desleal, cuando la similitud con otro no obedece a una simple coincidencia de apreciación subjetiva, sino a una conducta intencional de copiar los elementos distintivos que pertenecen a otro, con el deliberado propósito de confundir al consumidor y aprovecharse parasitariamente del esfuerzo empresarial de un competidor, para obtener así un enriquecimiento injusto en perjuicio ajeno.**

Y allí no se trata de un simple azar, sino que como lo ha señalado la jurisprudencia en la Argentina, "resultaría inadmisibile el argumento de que tal identidad fue accidental, pues supondría aceptar una casualidad «casi milagrosa»", pues "la falta de explicación razonable acerca de los motivos que llevaron a inscribir una marca idéntica a otra extranjera presta particular justificativo a la conclusión de que esta marca era conocida por el solicitante", de manera que, en palabras de la Procuraduría General de la Nación de ese país,

(...) En todo caso, como lo tiene decidido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, **"los actos capaces de crear confusión pueden adoptar cualquier forma y procurar su objetivo por cualquier medio" y "por ello, la imitación servil también constituye un acto de competencia desleal"**<sup>31</sup> (Énfasis agregado al texto original).

---

<sup>31</sup> Antequera Parilli, R. (2009). Estudios de derecho industrial y derecho de autor. Bogotá: Editorial Temis. (Págs. 67 a 69).

En el presente caso, obra dentro del expediente administrativo prueba suficiente que evidencia lo alegado por **DUKERS S A.**, sobre la mala fe con la que habría actuado el recurrente al solicitar el registro del signo mixto solicitado, puesto que de la valoración probatoria realizada en el numeral 6.3. de esta resolución, este Tribunal encuentra que uno de los socios de la compañía recurrente, quien a su vez ejerce el cargo de Presidente de la misma, en efecto, con antelación a la solicitud de registro del signo objeto de análisis, tuvo conocimiento previo sobre la denominación **"CARAVANA DEL CAMPEÓN"** así como sobre su pertenencia a la compañía recurrida y su uso para servicios de la Clase Internacional No. 41 y buscaba relacionarse comercialmente con la compañía recurrida, para llevar a cabo negocios relacionados con los servicios ofertados mediante **LA CARAVANA DEL CAMPEÓN**.

**6.3. Valoración probatoria.-** Por consiguiente, a efectos de determinar si la solicitud del signo objeto del presente análisis corresponde – o no- a un acto ya sea de competencia desleal y/o de mala fe, así como para establecer si las actuaciones de la recurrida son – o no- contrarias a las buenas prácticas del mercado en busca de monopolizarlo; este Tribunal procede a examinar el material probatorio que integra el expediente administrativo, con lo cual, de conformidad con los principios y reglas para la valoración probatoria consagrados en la legislación nacional, tales como validez,<sup>32</sup> oportunidad,<sup>33</sup> utilidad,<sup>34</sup> conducencia y pertinencia<sup>35</sup>, procede a examinar las pruebas aportadas por las partes:

---

<sup>32</sup> **Código Orgánico General de Procesos:** "Art. 194.- Presentación de documentos. Los documentos públicos o privados se presentarán en originales o en copias. Se considerarán copias las reproducciones del original, debidamente certificadas que se realicen por cualquier sistema."

<sup>33</sup> **Código Orgánico Administrativo:** "Art. 194.-Oportunidad. La prueba será aportada por la persona interesada en su primera comparecencia al procedimiento administrativo. La prueba, a la que sea imposible tener acceso, deberá ser anunciada y aquella que no se anuncie no podrá introducirse en el período de prueba previsto en la norma de la materia o en su defecto, cuando las administraciones públicas lo fijen."

<sup>34</sup> **Ibidem:** "Art. 193.-Finalidad de la prueba. En el procedimiento administrativo, cuando se requiera la práctica de prueba para la acreditación de los hechos alegados, se aplicará las disposiciones de este capítulo. A falta de previsión expresa, se aplicará de manera supletoria el régimen común en esta materia."

**Código Orgánico General de Procesos:** "Art. 158.- Finalidad de la prueba. La prueba tiene por finalidad llevar a la o al juzgador al convencimiento de los hechos y circunstancias controvertidos."; "Art. 160.- Admisibilidad de la prueba. Para ser admitida, la prueba debe reunir los requisitos de pertinencia, utilidad, conducencia y se practicará según la ley, con lealtad y veracidad. La o el juzgador dirigirá el debate probatorio con imparcialidad y estará orientado a esclarecer la verdad procesal."

<sup>35</sup> **Ibidem:** "Art. 161.- Conducencia y pertinencia de la prueba. La conducencia de la prueba consiste en la aptitud del contenido intrínseco y particular para demostrar los hechos que se alegan en cada caso. La prueba deberá referirse directa o indirectamente a los hechos o circunstancias controvertidos."



- Pruebas anunciadas por **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.**:  
En su apelación, la recurrente anunció como material probatorio el siguiente:

*"5.2 Solicito que se tome como prueba a favor de mi mandante, las páginas oficiales de EL BUS DE LOS CAMPEONES.*

*5.2.1. Página oficial de Instagram de EL BUS DE LOS CAMPEONES.*

*[http://instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MjQ3Mz%7C2NjceMDMwODYy?story\\_media\\_id=2633329539778078727&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](http://instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MjQ3Mz%7C2NjceMDMwODYy?story_media_id=2633329539778078727&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)*

*(...)5.2.2. De igual forma solicito que la autoridad considere que la compañía AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA.LTDA. posee abundante publicidad con la cual ha llegado al consumidor.*

*(...)5.2.3. Con el afán de resaltar lo previamente mencionado sobre la presencia en eventos deportivos, me sirvo en adjuntar imágenes en las que EL BUS DE LOS CAMPEONES, ha sido parte de más de un evento de fútbol en el país, acompañando así a grandes deportistas ecuatorianos.*

*(...) Como es claro el signo EL BUS DE LOS CAMPEONES, cuenta con un público consumidor que lo reconoce, por la variedad de eventos que ha acompañado y adicionalmente su gran inversión en publicidad para ser parte del mercado de una manera legítima.*

*5.3. Sin perjuicios de lo anunciado, en virtud de lo dispuesto en el numeral 4 del artículo 147 del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, que de manera expés establece que "Cuando el interesado solicite la apertura de un periodo de prueba, será obligación de la administración el conceder dicho periodo (...)"solicito se digne dar apertura al término probatorio correspondiente."*

Del anuncio probatorio citado *ut supra*, este Tribunal observa que la finalidad de dicha información, acorde a lo determinado por la propia recurrente, consiste en demostrar el uso del signo solicitado y la capacidad de reconocimiento del mismo en el mercado ecuatoriano; sin embargo, este Tribunal precisa recordar que el signo objeto del presente análisis ha sido solicitado para registro como una marca mixta de servicios; además de la revisión del expediente administrativo, no consta alegación alguna respecto al uso de un nombre comercial que como tal requiera la demostración de su uso.

Al respecto, este Tribunal precisa necesario recordar que en Ecuador rige el sistema atributivo y registral de derechos marcarios, en virtud del cual, quien solicite el otorgamiento de un signo como una marca ya sea de productos o servicios, tendrá derechos marcarios sobre dicho signo, únicamente a partir del registro del mismo, indistintamente de su uso en el mercado pues el uso de un signo en el comercio, no otorga derechos marcarios sobre el mismo a quien realice dicho uso – *a diferencia del sistema declarativo que rige los nombres comerciales*– .

En este sentido, cabe observar lo previsto en la normativa andina y nacional respecto al sistema atributivo y registral de derechos marcarios:

**Decisión 486:** ***“Art. 154.-El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el **registro** de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.***

***Art. 155.-El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos (...)***”  
(Énfasis agregado al texto original).

**COESCCI:** ***“Art. 364.-Derecho al uso exclusivo de una marca. - El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales. La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones en elementos que no alteren el carácter distintivo del signo registrado.”*** (Énfasis agregado al texto original).

Por consiguiente, cabe señalar que la demostración de uso marcario carece de utilidad, pertinencia y conducencia para determinar las alegaciones de la recurrente, puesto que el uso no determina la registrabilidad de una marca; y además, la información anunciada tampoco permite a este Tribunal constatar que, las actuaciones de la recurrida sean contrarias a las buenas prácticas del mercado.

➤ Pruebas aportadas por **DUKERS S.A.:**

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **35** de **41**

- Copia simple del certificado de “ADMINISTRADORES ACTUALES DE LA COMPAÑÍA” de AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA. (Fs. 22):

De conformidad con los principios consagrados en los numerales 4 y 6 <sup>36</sup> del artículo 3 de la Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos; y acorde a lo dispuesto en el artículo 11 <sup>37</sup> de dicho cuerpo normativo, este Tribunal, toda vez que el documento incorporado en copias simples, contiene código de verificación e indica su emisión por parte de una entidad pública, ha procedido a constatar la información en el portal web institucional de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, en la que consta lo siguiente:

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS DEL ECUADOR									
REGISTRO DE SOCIEDADES									
ADMINISTRADORES ACTUALES DE LA COMPAÑÍA									
No. de Expediente:		137437							
No. de RUC de la Compañía:		1792305756001							
Nombre de la Compañía:		AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA.							
IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	CARGO	FECHA NOMBRAMIENTO	PERIODO	FECHA DE REGISTRO	NÚMERO DE REGISTRO	ART.	BLAZON
1713718516	CARRASCO PASTOR DAVID SEBASTIAN	ECUADOR	PRESIDENTE	06/11/2023	2	11/12/2023	20138	11	ADM
1713718508	CARRASCO PASTOR DIANA CRISTINA	ECUADOR	GERENTE GENERAL	06/11/2023	2	11/12/2023	20140	12	RL

<sup>36</sup> **Ley Orgánica para la Optimización y eficiencia de Trámites Administrativos “Art. 3.- Principios.-** Además de los principios establecidos en los artículos 227 y 314 de la Constitución de la República, los trámites administrativos estarán sujetos a los siguientes: (...) **4. Tecnologías de la información.** - Las entidades reguladas por esta Ley harán uso de tecnologías de la información y comunicación con el fin de mejorar la calidad de los servicios públicos y optimizar la gestión de trámites administrativos. (...) **6. Pro-administrado e informalismo.** - En caso de duda, las normas serán interpretadas a favor de la o el administrado. Los derechos sustanciales de las y los administrados prevalecerán sobre los aspectos meramente formales, siempre y cuando estos puedan ser subsanados y no afecten derechos de terceros o el interés público, según lo determinado en la Constitución de la República.

<sup>37</sup> **Ibidem “Art. 11.- Entrega de datos o documentos.-** En la gestión de trámites administrativos, las entidades reguladas por esta Ley no podrán exigir la presentación de originales o copias de documentos que contengan información que repose en las bases de datos de las entidades que conforman el Sistema Nacional de Registro de Datos Públicos o en bases de datos de entidades públicas.”





SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS DEL ECUADOR						
REGISTRO DE SOCIEDADES						
SOCIOS O ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA						
No. de Expediente:	137437					
No. de RUC de la Compañía:	1792305756001					
Nombre de la Compañía:	AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA.					
Situación Legal:	ACTIVA					
Disposición judicial que afecta a la compañía:	NINGUNA					
No.	IDENTIFICACIÓN	NOMBRE	NACIONALIDAD	TIPO DE INVERSIÓN	CAPITAL	MEDIDAS CAUTELARES
1	1801048222	CARRASCO JURADO GUSTAVO ANTONIO	ECUADOR	NACIONAL	\$ 4,000.0000	N
2	1713718516	CARRASCO PAZMIÑO DAVID SEBASTIAN	ECUADOR	NACIONAL	\$ 1,500.0000	N
3	1713718508	CARRASCO PAZMIÑO DIANA CRISTINA	ECUADOR	NACIONAL	\$ 1,500.0000	N
4	1717489488	CARRASCO PAZMIÑO GUSTAVO ANTONIO	ECUADOR	NACIONAL	\$ 1,500.0000	N
5	1717489496	CARRASCO PAZMIÑO MARIA AUGUSTA	ECUADOR	NACIONAL	\$ 1,500.0000	N
CAPITAL SUSCRITO DE LA COMPAÑIA (USD)\$:					10,000.0000	

Por lo tanto, este Tribunal ha podido constatar que el señor DAVID SEBASTIÁN CARRASCO PAZMIÑO, es socio y presidente de la compañía AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUT CIA. LTDA., solicitante de registro del signo objeto del presente análisis.

En consecuencia, toda vez que la recurrida alegó que el representante legal de la recurrente mantuvo vínculos comerciales con la compañía titular de la marca opositora y que en virtud de dichos vínculos la recurrente conoció "LA CARAVANA DEL CAMPEÓN" registrada como marca y obra literaria a favor de la recurrida, con lo que demostraría su intención de aprovechamiento ilícito a través de un signo similar a estos; y, dado que el oficio que se examina a continuación (Fs. 23 -24) se encuentra suscrita por el señor DAVID SEBASTIÁN CARRASCO PAZMIÑO, este Tribunal considera que la prueba valorada, resulta complementariamente útil, conducente y pertinente, debido a que permite constatar que el señor DAVID SEBASTIÁN CARRASCO PAZMIÑO -quien conforme la prueba que se examina a continuación, habría conocido "LA CARAVANA DEL CAMPEÓN" de la recurrida-, en efecto,

forma parte de los socios y es representante legal de la compañía solicitante del signo objeto del presente análisis.

- Fiel copia de documentos exhibidos en original No. 20230901029C0073 de 10 de octubre de 2023. (Fs. 23 - 24).

Examinado el documento, este Tribunal observa que el mismo cumple con las formalidades necesarias para su validez y que corresponde a un oficio emitido y suscrito por el Ing. David Carrasco el 06 de febrero de 2020, dirigido al Sr. Douglas Reyes Ramírez, Presidente de Grupo Empresarial DUKERS., en el que consta lo siguiente:

*“Por medio de la presente le envió cordiales saludos y buenos deseos de éxitos en todos sus proyectos turísticos, deportivos, reinados y eventos artísticos.*

*QUITO TOUR BUS (TURIBUS), The Oficial Tour Bus, nos sentimos complacidos con la noticia de institucionalidad del proyecto turístico y deportivo “CARAVANA DEL CAMPEÓN”, y quedamos a su disposición para seguir aportando y sumando esfuerzo en la ciudad de Quito en beneficio de la ciudadanía en General y del Fútbol Ecuatoriano.*

*Estamos entusiasmados de formar parte de este importante proyecto. El fortalecimiento y creación de la alianza estratégicas impulsará productos e ideas innovadoras de las empresas DUKERS, Guayaquil Visión, Quito Tour bus y Turibus Ecuador.”*

Por lo tanto, esta prueba es útil, conducente y pertinente debido a que permite a este Tribunal constatar que el Ing. David Carrasco, a fecha 06 de febrero de 2020, es decir, con más de dos años de antelación a la fecha de solicitud de registro del signo objeto del presente análisis, conocía sobre la denominación “CARAVANA DEL CAMPEÓN” y su

pertenencia a la compañía recurrida, así como la finalidad de uso de la misma, para servicios de la Clase Internacional No. 41.

- Copias simples de certificaciones físicas y documentos físicos. (Fs. 139 – 185).

Examinados los documentos, este Tribunal observa que los mismos carecen de las solemnidades necesarias para su validez, por lo cual, no son susceptibles de valoración probatoria.

De la valoración probatoria realizada, este Tribunal encuentra que uno de los socios de la compañía recurrente, quien a su vez ejerce el cargo de Presidente de la misma, en efecto tenía conocimiento previo sobre la denominación “**CARAVANA DEL CAMPEÓN**” así como sobre su pertenencia a la compañía recurrida y su uso para servicios de la Clase Internacional No. 41; y que además, buscaba relacionarse comercialmente con la compañía recurrida. Por lo tanto, se ha constatado la mala fe del solicitante, quien requirió el registro de un signo sumamente similar a la marca de la recurrida, cuyo conocimiento previo ha quedado evidenciado, así como su interés en vincularse comercialmente y llevar a cabo negocios relacionados.

**SÉPTIMO:** De conformidad con todo lo mencionado, este Tribunal concluye que el signo solicitado **EL BUS DE LOS CAMPEONES + GRÁFICA**, genera riesgo de confusión y asociación en el público consumidor respecto a la marca previamente registrada a favor de la recurrida, **LA CARAVANA DEL CAMPEON DUKERS más logotipo**, dada la similitud ortográfica y fonética e identidad conceptual y competitiva que mantienen entre sí. Con lo cual, sobre la base del análisis realizado en el numeral 5.1.2.1. de esta Resolución, se ha constatado que la solicitud del signo en mención, carece de buena fe y buscaría consolidar un acto de competencia desleal, debido a que el solicitante de registro, tenía conocimiento previo sobre la denominación LA CARAVANA DEL CAMPEÓN, así como sobre su pertenencia a DUKERS S.A. y su destino para proteger servicios de la Clase Internacional No. 41; y posteriormente solicitó el registro de un signo extremadamente similar para identificar los mismos servicios.

Por lo tanto, el signo mixto solicitado, **EL BUS DE LOS CAMPEONES + GRÁFICA**, se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 y en el artículo 137 de la Decisión 486.

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **39** de **41**

Por todo lo expuesto, tomando en cuenta las consideraciones de hecho y de derecho realizadas, este Tribunal, en ejercicio de sus facultades,

**RESUELVE:**

1. **Rechazar** el recurso de apelación presentado por **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.**, el 28 de mayo de 2024 en digital y el 30 de los mismos mes y año en físico.
2. **Ratificar** la Resolución No. SENADI-DTOP-2024-0001124-R emitida el 10 de mayo de 2024 y notificada el 13 de los mismos mes y año, mediante la cual, la Dirección Técnica de Oposiciones de la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, aceptó la oposición presentada por **DUKERS S.A.**, y negó el registro del signo mixto **EL BUS DE LOS CAMPEONES MÁS GRÁFICA** solicitado por **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUR CIA. LTDA.**, para proteger servicios de la Clase Internacional No. 41 descritos en la solicitud.
3. **Devolver** el expediente a la Dirección Nacional de Propiedad Industrial para los efectos legales pertinentes, una vez que esta resolución cause estado.

El presente acto administrativo causa estado en la vía administrativa y es susceptible de impugnación de conformidad con el artículo 597 del Código de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación; en concordancia con los artículos 218 y 232 del Código Orgánico Administrativo; y, de conformidad con el artículo 306 del Código Orgánico General de Procesos, mediante acción subjetiva o de plena jurisdicción, en el término de 90 días. **NOTIFÍQUESE. -**

**Abg. Luis Eduardo Caguana Mejía**  
**MIEMBRO PRINCIPAL SUSTANCIADOR**

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **40** de **41**



REPÚBLICA  
DEL ECUADOR

Servicio Nacional de  
Derechos Intelectuales

**Abg. Sofía Camacho Oña**  
**MIEMBRO PRINCIPAL**

**Abg. Elizabeth Ramírez Romero**  
**MIEMBRO PRINCIPAL**

En Quito D.M., a 16 de julio de 2025, notifiqué con la Resolución que antecede a **DUKERS S.A.** en la casilla **VIRTUAL SENADI No. 1369** y en los correos electrónicos [wladycito@hotmail.com](mailto:wladycito@hotmail.com) y [dukers\\_en\\_guayaquil@hotmail.com](mailto:dukers_en_guayaquil@hotmail.com) ; y a **AGENCIA DE VIAJES Y OPERADORA DE TURISMO QUINDETOUTOUR CIA. LTDA.** en el casillero físico **SENADI UIO No. 04**, en la casilla **VIRTUAL SENADI No.1188** y en los correos electrónicos [mromero@pbplaw.com](mailto:mromero@pbplaw.com) y [smaldonado@pbplaw.com](mailto:smaldonado@pbplaw.com) . **CERTIFICO. -**

**Abg. Alejandra Beltrán Román**  
**SECRETARIA RELATORA**

Trámite No. SENADI-2022-86964  
Página **41** de **41**

Dirección: Av. República E7-197 y Diego de Almagro – Edificio FORUM 300  
Código postal: 170518 / Quito – Ecuador  
Teléfono: +539-2 394 0000  
[www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)

