



* 20211020004903*

Al contestar por favor cite estos datos

Radicado No.: 20211020004903

Fecha: 28-09-2021

MARCO NORMATIVO: Norma NTC-ISO/IEC 17011:2018
Artículos 134 y siguientes de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina
MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL IDEAM

1. CONSULTA Y ANTECEDENTES.

Procede esta Oficina a resolver la inquietud planteada por el Grupo de Acreditaciones de la Subdirección de Estudios Ambientales de la Entidad, en la cual solicita concepto jurídico sobre el uso del logo del IDEAM por parte de un tercero, en el marco de la implementación de la norma NTC-ISO/IEC 17011:2018.

2. DESARROLLO JURÍDICO DEL ASUNTO CONSULTADO.

En primer lugar, resulta importante aclarar que el Grupo de Comunicaciones del instituto, es el encargado de suministrar información sobre la gestión de la marca del IDEAM, como quiera que según lo establece el artículo cuarto de la Resolución No. 0224 del 2008, le corresponde el “*manejo de la imagen corporativa*” de la Entidad. En ese sentido debe conocer la información referente a la protección y derechos de uso del logo institucional de la Entidad.

No obstante, desde esta oficina se absolverán los planteamientos jurídicos expuestos en la solicitud, y para ello cabe aclarar que de conformidad con lo establecido en el artículo 154 de la Decisión 486 de 2000, el derecho al uso exclusivo de una marca se adquiere por su registro ante la oficina nacional competente, en el caso colombiano, ante la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC. A razón de ello, se asume que el IDEAM ha cumplido los requisitos establecidos en el capítulo I y surtido el procedimiento determinado en el capítulo II del título VI de la citada Decisión.

Esto como quiera que en la respuesta emitida por el Grupo de Comunicaciones se afirma que el logo del IDEAM **cuenta con protección y derecho de uso**, pese a que no se hace referencia al contenido de la Resolución de registro de marca que así lo determine.

Expuesto lo anterior, se proceden a resolver los siguientes problemas jurídicos:

¿Qué normatividad legal le aplica al uso del logo del IDEAM por parte de terceros, en este caso los laboratorios acreditados por el Instituto?

La norma colombiana en materia de propiedad industrial es la Decisión 486 de 2000, norma comunitaria de los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN), y que contempla el “Régimen Común sobre Propiedad Industrial” de los países miembros. Igualmente, esta Decisión tiene su





reglamentación en los Decretos reglamentarios, y en este punto se tiene que Colombia adoptó la decisión y la reglamentó parcialmente mediante el Decreto Ley 019 de enero de 2012¹ y el Decreto 729 de abril de 2012².

Adicionalmente, la SIC expide la Circular Única que contiene el conjunto de directrices que guían a los usuarios acerca de la manera cómo se deben adelantar los trámites de propiedad industrial en el país, documento que puede ser consultado en el siguiente enlace: <https://www.sic.gov.co/circular-unica-sic>

La Propiedad Industrial es un conjunto de derechos que puede poseer una persona física o jurídica sobre una invención, un diseño industrial o un signo distintivo. Estos derechos son bienes intangibles que forman parte de los activos fijos de sus titulares; son bienes susceptibles de ser usufrutuados a través de licencias de uso, cesión, prendas, y gozan de protección de terceros que pretendan utilizarlos y beneficiarse de ellos sin el previo consentimiento de su titular.

A su vez la Propiedad Industrial se divide en dos grandes ramas:

i. Las nuevas creaciones dentro de las cuales se ubican patentes de invención, patentes de modelo de utilidad, los diseños industriales y los esquemas de trazado de circuitos integrados.

ii. Los signos distintivos que comprenden las marcas, los lemas, los nombres y enseñas comerciales y las indicaciones de procedencia.

Los signos distintivos constituyen el tema objeto del presente análisis, y por ello es preciso indicar que son aquellos que tienen la capacidad de identificar servicios y productos en el mercado de los demás de su misma especie.

Por marca se entiende cualquier signo que es capaz de identificar productos o servicios en el mercado; siendo susceptibles de ser registrados como marcas las palabras, su combinación, elementos gráficos, sonidos, olores, colores para una forma, la forma de productos, sus envases o envolturas, etc.

En este orden de ideas, una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada. Actualmente se ha configurado el actual sistema de registro y protección de marcas, que ayuda a los consumidores a identificar y comprar un producto o servicio que, por su carácter y calidad, indicados por su marca única, se adecua a sus necesidades. Las marcas pueden consistir en palabras, letras, números, dibujos, imágenes, formas, colores, logotipos, figuras, símbolos, gráficos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas, escudos, sonidos, olores o combinación de estos elementos.

Una marca registrada da el uso exclusivo de ese nombre, permitiendo a su titular o dueño:

- Crear un "Valor de Marca" (Goodwill), un activo intangible para la compañía, empresa o institución.
- Otorgar licencias, franquicias y obtener regalías.

¹ "Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública."

² "Por el cual se reglamentan parcialmente las Decisiones 486 y 689 de la Comisión de la Comunidad Andina"





- Diferenciarse de la competencia
- Protegerse frente a terceros que estén usando un nombre igual o similar, ejerciendo las acciones legales que correspondan.
- Proteger el nombre de Dominio en Internet
- Impedir que otros intenten registrar una marca similar a la suya
- Tener prioridad frente a terceros que quieran registrar su marca, en países en los cuales no la tiene registrada

Las marcas pueden ser:

- Nominativas: Las marcas (signos distintivos) integradas por una o más letras, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y pronunciable. Ejemplo: SONY, IBM, SENA, IDEAM.
- Figurativas: Las marcas (signos distintivos) integradas únicamente por una figura o un signo visual que se caracteriza por su configuración o forma particular.
- Mixtas: Las marcas (signos distintivos) integradas por uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos figurativos en combinación o denominaciones con un tipo especial de letra.
- Tridimensionales: Las marcas (signos distintivos) consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques y que pueden ser percibidas por el sentido de la vista y del tacto al contar con volumen, referido a ocupar un espacio en las tres dimensiones. Es decir, se trata de un cuerpo que teniendo el carácter de distintivo de un producto o servicio puede ser medido en cuanto a su largo, ancho y alto.
- Sonoras: Las marcas (signos distintivos) integradas por sonidos. Por ejemplo, la de la empresa de mensajería coordinadora.
- Olfativas: Las marcas (signos distintivos) integradas por olores.

La protección de las marcas como bienes susceptibles de derecho de dominio **se obtiene mediante el registro en la Superintendencia de Industria y Comercio**. El registro otorga como protección el derecho al uso exclusivo de la marca durante el término de 10 años renovable por términos iguales. El derecho al uso exclusivo comprende la facultad de que goza el titular de impedir que terceros no autorizados usen el signo o signos similarmente confundibles para los mismos bienes o servicios o aquellos conectados competitivamente.

Al registrar una marca se debe especificar para qué productos y servicios se quiere usar esa marca. La gran mayoría de los países del mundo han adoptado la Clasificación Internacional de Niza. Esta clasificación agrupa a todos los productos y servicios en 45 clases- - 34 para los productos, 11 para los servicios- - permitiendo especificar de forma clara y precisa la cobertura de la marca.

Por esto resulta importante recibir claridad por parte del Grupo de Comunicaciones, **sobre el registro de la marca del IDEAM que reposa en la Superintendencia de Industria y Comercio, lo cual permitirá revisar la clasificación anterior y determinar en cual se encuentra la marca del instituto.**

En cuanto al logo institucional, el uso más habitual del concepto logo, está asociado a la idea de logotipo. Se trata de un distintivo compuesto por letras o imágenes, peculiar de una empresa, una marca o un





producto. Se denomina LOGO, a un elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución o un producto. Se habla de tres tipos de logo:

- i. Logotipo: la palabra de la marca funciona como imagen.
- ii. Isotipo: diseño donde la imagen funciona sin texto
- iii. Isologo (tipo): interacción del logotipo y del isotipo

En el caso del IDEAM, contamos con un logotipo, el cual se encuentra delimitado en el “Manual de Identidad Visual IDEAM”, documento que señala que este logotipo está compuesto por una imagen que evoca una casa y el ojo de un huracán, el nombre y la definición de las siglas del IDEAM. Constituido de elementos tipográficos gruesos que le dan peso al nombre. El logo evoca el techo de una casa y un ojo, lo cual hace referencia al cuidado, observación y vigilancia. entendido como el elemento principal de la imagen institucional, el cual no deberá alterarse en sus proporciones ni en su estructura geométrica y tipográfica, cualquiera que sea el tamaño de su aplicación, el color o la superficie de trabajo.

Establece el Manual, entre otros aspectos que:

- El símbolo lleva los colores azul y verde en degradado vertical, las siglas van en color verde y las letras de la derecha en negro.

- Según lo requiera la situación, es posible reproducir el logotipo a partir de dos versiones Monocromáticas, que deben ser utilizadas cuando las versiones en color no puedan ser implementadas.

- Para lograr el uso correcto del logotipo se debe: 1. No usar colores distintos 2. No alargar o encoger el logo 3. No cambiar el orden de las letras 4. No girarlo 5. No usar degradados distintos 6. No usar otra tipografía 7. No usar en contornos 8. No meter el logo en óvalos.

- El logotipo puede ser utilizado en las siguientes versiones de color:

1. Versión color positiva
2. Versión color negativa

La aplicación principal del logotipo es su versión positiva: el logotipo se reproduce sobre fondo blanco. En su versión negativa, el logotipo se reproduce en blanco sobre fondo en color.

El isologo institucional es de su uso privativo y se considera la imagen de la entidad, es decir, donde es utilizado se entiende el respaldo institucional al producto o servicio.

De conformidad con lo anterior, la identificación institucional, es decir, el signo adoptado por la entidad determina la identidad corporativa de la misma, pues a través de nuestros signos y símbolos institucionales se resume la filosofía, los principios, objetivos y la visión empresarial y social del IDEAM. Así pues, **el uso de cualquier persona natural o jurídica diferente a su titular, deberá contar con la autorización expresa para ello.**

De otra parte, es pertinente considerar lo señalado en la Decisión 486, la cual trata el Régimen Común sobre Propiedad Industrial, que indica que elaboraciones de la propiedad industrial son susceptibles de registro:





“ARTÍCULO 134.- 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.

Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos:

(...)

c) las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos;

(...).

Así de conformidad con el artículo 134 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, constituye marca "cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado."

En conclusión, en la Decisión 486 de 2000 se contempla que el registro de una marca confiere a su titular el derecho a impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

- a. **Aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;**
- b. Suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
- c. Fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;
- d. usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;
- e. usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;
- f. usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio.

De esta forma, **como regla general** el titular de una marca registrada puede impedir el uso de un signo distintivo similar al suyo, para distinguir productos, servicios o actividades igualmente similares o relacionadas, cuando tal uso en el comercio cause confusión o riesgo de asociación entre el público consumidor.





No obstante, en forma **excepcional**, una persona puede utilizar en el mercado una marca sin autorización de su titular, si acredita que lo hace conforme a lo dispuesto en el artículo 157 de la Decisión 486 de 2000.

*“Artículo 157.- Los terceros podrán, sin consentimiento del titular de la marca registrada, utilizar en el mercado su propio nombre, domicilio o seudónimo, un nombre geográfico o cualquier otra indicación cierta relativa a la especie, calidad, cantidad, destino, valor, lugar de origen o época de producción de sus productos o de la prestación de sus servicios u otras características de éstos; **siempre que ello se haga de buena fe, no constituya uso a título de marca, y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios.**”*

El registro de la marca no confiere a su titular, el derecho de prohibir a un tercero usar la marca para anunciar, inclusive en publicidad comparativa, ofrecer en venta o indicar la existencia o disponibilidad de productos o servicios legítimamente marcados; o para indicar la compatibilidad o adecuación de piezas de recambio o de accesorios utilizables con los productos de la marca registrada, siempre que tal uso sea de buena fe, se limite al propósito de información al público y no sea susceptible de inducirlo a confusión sobre el origen empresarial de los productos o servicios respectivos.” (Negrilla fuera de texto).

2. ¿Cuáles serían las consecuencias legales en el caso que algún laboratorio acreditado o no acreditado haga un uso indebido del logo del IDEAM?

El derecho al uso exclusivo comprende la facultad de que goza el titular de impedir que terceros no autorizados usen el signo o signos similarmente confundibles para los mismos bienes o servicios o aquellos conectados competitivamente. Esta facultad se ejerce mediante las acciones judiciales ante los jueces civiles del Circuito y/o las acciones administrativas respectivas.

Dentro de las acciones se encuentra la acción por infracción está regulada en la Decisión 486 de 2000, y puede presentarse en contra de cualquier persona que infrinja un derecho de propiedad industrial de un tercero o que con sus actos pueda llegar a infringirlo de forma inminente, además prescribirá a los dos años contados desde la fecha en que el titular tuvo conocimiento de la infracción.

Por otra parte, en materia penal, el Código Penal colombiano Ley 599 de 2000, considera la Usurpación de Derechos de Propiedad Industrial como delito Contra el Orden Económico y Social, así:

“Artículo 306. Usurpación de marcas y patentes. El que utilice fraudulentamente nombre comercial, enseña, marca, patente de invención, modelo de utilidad o diseño industrial protegido legalmente o similarmente confundible con uno protegido legalmente, incurrirá en prisión de dos (2) a cuatro años y multa de veinte (20) a dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

En la misma pena incurrirá quien financie, suministre, distribuya, ponga en venta, comercialice, transporte o adquiera con fines comerciales o de intermediación, bienes producidos o distribuidos en las circunstancias previstas en el inciso anterior.”

De manera que cuando se tenga conocimiento de que algún laboratorio acreditado o no acreditado haga un uso indebido del logo del IDEAM, dicha situación debe ponerse en conocimiento de las autoridades





competentes, para el caso la Fiscalía General de la Nación, a efectos de que se inicien las investigaciones correspondientes.

3. ¿Es posible que el IDEAM pueda conceder a los laboratorios acreditados el uso de un logo con algún detalle adicional que lo diferencie y de a entender su condición de acreditado?

El artículo 157 de la Decisión 486 establece los eventos en que el uso no autorizado de una marca es permitido, a saber:

- El uso de una indicación, con el propósito de dar información cierta al público sobre una característica de un producto o servicio, siempre y cuando se haga de buena fe y no constituya uso a título de marca y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios, es decir, que no se use para identificar el producto como tal.
- El uso de buena fe "de la marca registrada para anunciar, ofrecer en venta o indicar la existencia o disponibilidad de productos o servicios legítimamente marcados o para indicar la existencia de accesorios utilizables con los productos de la marca registrada", siempre y cuando se limite al propósito de informar al público y que no sea "susceptible de inducirlo a error o confusión sobre el origen empresarial de los productos respectivos."

Precisó la Superintendencia de Industria y Comercio que efectivamente el titular de un registro marcario no puede prohibir a un tercero hacer uso de su marca o signo distintivo, **siempre que el mismo se haga con fines de información al público y de buena fe, sin afectar los derechos de los consumidores en cuanto a confusión o inducción a error respecto al origen empresarial de los bienes y servicios que se están identificando.**

De esta manera, de acuerdo con lo previsto en el artículo 157 de la Decisión 486 del 2000, el uso de una marca ajena debe hacerse de buena fe, sin constituir uso a título de marca, limitarse a propósitos de identificación o de información y no ser capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios.

De la misma manera, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado que deben presentarse de manera concurrente los siguientes requisitos:

- Que se haga de buena fe.
- Que no constituya uso a título de marca.
- Que se limite a propósitos de identificación o de información.
- Que no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios.

Entonces corresponde examinarse en cada caso si el uso que pretende hacer de un signo distintivo ajeno cumple o no con las condiciones mencionadas, pues de lo contrario deberá obtener autorización expresa por parte del titular antes de usar el logo o marca y evitar actos de infracción de registro marcario.

Si actualmente el logo del IDEAM se encuentra registrado y protegido ante la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC, cada vez que se utilice este logo por parte de un tercero o un particular debe





mediar un documento legal, entre ellos, se destaca el convenio o contrato (previo a establecer que es viable su celebración), en caso contrario el particular deberá solicitar autorización para el uso del logo de la Entidad, con el fin que esta pueda proteger la explotación del mencionado logo conforme a lo señalado en el Decreto 249 de 2004 en su artículo 25.

No obstante, si se encuentra en las excepciones mencionadas, **no se requiere autorización, por ejemplo, para el caso puntual de identificar los laboratorios acreditados, como quiera que se limita a propósitos de identificación o de información,** por lo que es viable concluir que el uso del signo distintivo ajeno no se requiere autorizar.

3. CONCLUSIÓN.

En conclusión, los fundamentos analizados tienen las siguientes implicaciones y posibles respuestas a los planteamientos expuestos por el Grupo de Acreditación:

- ✓ La normatividad aplicable en colombiana en materia de propiedad industrial es la Decisión 486 de 2000, norma comunitaria de los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN), y que contempla el “Régimen Común sobre Propiedad Industrial”, así como sus decretos reglamentarios.
- ✓ De conformidad con lo establecido en el artículo 154 de Decisión 486 de 2000, el derecho al uso exclusivo de una marca se adquiere por su registro ante la oficina nacional competente ante la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, en virtud de ello se hace necesario que el Grupo de Comunicaciones dé a conocer el contenido de la Resolución de registro de marca que así lo determine.
- ✓ La Propiedad Industrial es un conjunto de derechos que puede poseer una persona física o jurídica sobre una invención, un diseño industrial o un signo distintivo. Estos derechos son bienes intangibles que forman parte de los activos fijos de sus titulares; son bienes susceptibles de ser usufrutuados a través de licencias de uso, cesión, prendas; gozan de protección de terceros que pretendan utilizarlos y beneficiarse de ellos sin el previo consentimiento de su titular. Esta propiedad comprende los signos distintivos que a su vez comprenden las marcas, los lemas, los nombres y enseñas comerciales y las indicaciones de procedencia. Dentro de las marcas está nuestro logotipo institucional.
- ✓ Si el IDEAM tiene registrado su logotipo, goza de las protecciones derivadas de su registro. Por esta razón en ejercicio de sus derechos, la entidad puede autorizar el uso de su logo logotipo, **con las especificaciones técnicas establecidas en su Manual de Identidad Corporativa**, para fines específicos y por un tiempo determinado, ya sea en virtud de una cláusula contractual o un convenio, **o en un acto independiente con destinación específica para tal fin, evento último en el que cabría la autorización para la identificación de los laboratorios acreditados por el IDEAM.**
- ✓ Finalmente destacar que tanto el nombre de esta Entidad como su logotipo hacen parte de su patrimonio, por la cual se considera necesario no solo la existencia del “MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL IDEAM” donde se establecen los estándares de uso y aplicación de la marca IDEAM, sino de una política de uso que señale las condiciones en que este es permitido, condiciones que no deben estar únicamente referidas a las formas de presentación de la imagen en los diversos





elementos, sino que deben incorporarse elementos como bajo qué figura debe darse la autorización, los alcances y a la vez los límites de ésta.

En los anteriores términos se remiten desde esta Oficina la respuesta a los interrogantes planteados, quedando prestos a resolver cualquier duda o inquietud adicional.

Cordialmente,

GILBERTO
RAMOS SUAREZ

Firmado
digitalmente por
GILBERTO RAMOS
SUAREZ

GILBERTO ANTONIO RAMOS SUAREZ
Jefe de Oficina Asesora Jurídica

Proyectó: Patricia Bravo / Abogada Oficina Asesora Jurídica

