PROCESO DE COMPETENCIA DESLEAL ENTRE MILLONARIOS F.C. Y AGUARDIENTE NECTAR EN LA SIC

Lina María Rodríguez Fernández
Asistente de Investigación.
Julio de 2013

Se ha iniciado ante la Superintendencia de Industria y Comercio un pleito legal que confronta al fútbol con la industria del licor. La Sociedad Blanco Y Azul más conocida como Millonarios F.C., se opuso al registro de los signos distintivos: "VAMOS AZULES" y "CELEBRA EL GOL AZUL" solicitados por la Empresa de Licores de Cundinamarca.

La oposición a los registros marcarios se fundamenta en el artículo 137 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, que establece:

> *"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."*

Según el opositor, Millonarios Fútbol Club, es el único equipo de fútbol profesional colombiano que utiliza el color azul para distinguirse en esta industria, es por ello que ha montado toda su estructura publicitaria en torno a esta tonalidad.

La empresa de licores de Cundinamarca, al intentar registrar los signos distintivos denominados "VAMOS AZULES" y "CELEBRA EL GOL AZUL" para las clases 16 y 35 de la Clasificación Internacional Niza, según el opositor, generaría un riesgo de asociación en el consumidor a la hora de adquirir las bebidas alcohólicas que comercializa el solicitante.

Para llevar a cabo un análisis de las conductas que pueden derivar en actos de competencia desleal, es necesario remitirnos a los artículos 10 y 15 de la Ley 256 de 1996 que establece:

> *"ARTÍCULO 10. ACTOS DE CONFUSIÓN. En concordancia con lo establecido por el punto 1 del numeral 3 del artículo 10 bis del Convenio de París, aprobado mediante Ley 178 de 1994, se considera desleal*

toda conducta que tenga por objeto o como efecto crear confusión con la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento <sic> ajenos."

"ARTÍCULO 15. EXPLOTACIÓN DE LA REPUTACIÓN AJENA. Se considera desleal el aprovechamiento en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.
Sin perjuicio de lo dispuesto en el Código Penal y en los tratados internacionales, se considerará desleal el empleo no autorizado de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas o engañosas aunque estén acompañadas de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como "modelo", "sistema", "tipo" , "clase", "género", "manera", "imitación", y "similares"

El representante legal del equipo de fútbol afirma que los anteriores actos de Competencia Desleal, se concretaron durante los partidos de la Liga Postobón, en el año en que el Equipo Azul figuró como campeón.

La empresa distribuidora de licores haciendo uso de una serie de pautas publicitarias, trasmitió en radio y televisión propagandas del producto Aguardiente Néctar con las expresiones "VAMOS AZULES" y "CELEBRA EL GOL AZUL", configurando así, una conducta desleal con Pepsi, Hyundai y Cafám, quienes son sus patrocinadores oficiales

Como medida preventiva, Millonarios F.C. solicitó a la empresa de Licores de Cundinamarca que cesara la difusión de los actos publicitarios que pusieron en marcha en beneficio de sus líneas de productos, lo que en últimas, conllevó a que mediante el Auto No. 4458 de 2013, la Superintendencia de Industria y Comercio ordenara la medida cautelar, consistente en suspender toda estrategia publicitaria que generara la concepción de que Néctar, patrocina al equipo de futbol colombiano.

Se debe recordar, que la tutela de los derechos industriales van enlazados al desarrollo comercial y tecnológico, comprendidos en la necesidad de regular unos intereses de carácter concurrente en la búsqueda de mejores oportunidades en el mercado, por ello, al elevar este litigio ante la Superintendencia de Industria y

Comercio, se debe analizar si al otorgar el registro marcario al solicitante, se crea un riesgo de asociación en el origen empresarial de los productos que se pretenden identificar.

Es pertinente indicar que dentro del concepto de acto desleal, el consumidor puede adquirir un producto con la idea de que está adquiriendo otro, caso en el cual se habla de una confusión directa[1]. O por el contrario, el denominado riesgo de asociación se produce cuando, a pesar de que el consumidor diferencie los productos dentro del mercado, tiene la idea de que existe una conexión entre ambas empresas por la existencia de algún vínculo comercial, lo que genera una confusión indirecta[2], tal como sucede en el presente asunto.

Por último, en esta batalla legal los representantes de Millonarios Fútbol Club tienen el deber de aportar pruebas que demuestren el aprovechamiento indebido de la fama o prestigio conseguido por el Equipo Azul, en tanto que no basta con afirmar que se tiene una determinada trayectoria o reputación en el mercado si no que se debe acreditar que los demandados se valieron ante terceros de la aludida reputación.

Bibliografía

- http://www.elespectador.com/noticias/economia/articulo-410202-reclamo-legal-de-millonarios-fc-aguardiente-nectar
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial dentro del proceso No. 32-IP-2009.

[1] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial dentro del proceso No. 32-IP-2009.

[2] SÁNCHEZ SABATER, Laura. Actos de Confusión. En: MARTÍNEZ SANZ, Fernando (director). Comentario Práctico a la Ley de Competencia Desleal. Editorial Tecnos. Madrid. 2009. Pág. 79