



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE DERECHO

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ABOGADO/A**

TÍTULO:

LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL RÉGIMEN DE
PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS EN EL ECUADOR, 2025

AUTORES:

GONZABAY DOMÍNGUEZ JONATHAN JOSUÉ

NAVARRETE PONCE JUAN DANIEL

TUTOR:

AB. ACOSTA PACHECO MARCO MGTR.

SANTA ELENA - LA LIBERTAD

2025

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE DERECHO

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ABOGADO/A**

TÍTULO:

LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL RÉGIMEN DE
PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS EN EL ECUADOR, 2025

AUTORES:

GONZABAY DOMÍNGUEZ JONATHAN JOSUÉ

NAVARRETE PONCE JUAN DANIEL

TUTOR:

AB. ACOSTA PACHECO MARCO MGTR.

SANTA ELENA - LA LIBERTAD

2025

La Libertad, 10 de julio de 2026

APROBACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICO

Que he analizado el trabajo de investigación curricular de título “**LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS EN ECUADOR, 2025**” presentado por los estudiantes **NAVARRETE PONCE JUAN DANIEL Y GONZABAY DOMÍNGUEZ JONATHAN JOSUÉ**, portadores de las cédulas de ciudadanía No. 2450555517 y No. 2450285651 respectivamente, como requisito previo para optar por el título de **ABOGADO/A**, y declaro que, luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo, el referido proyecto de investigación se encuentra concluido en todas sus partes, cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la norma interna, recomendando que se inicien los procesos de evaluación que correspondan.

Atentamente,



Ab. Acosta Pacheco Marco Mgtr.

TUTOR

VALIDACIÓN GRAMATICAL Y ORTOGRÁFICA

CERTIFICO:

Que, he revisado la redacción y ortografía del trabajo de Integración Curricular de título **“LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS EN ECUADOR, 2025”**, elaborado por los estudiantes de la Carrera de Derecho de la Universidad Estatal Península de Santa Elena **NAVARRETE PONCE JUAN DANIEL Y GONZABAY DOMÍNGUEZ JONATHAN JOSUÉ**, previo a la obtención del título de ABOGADO/A.

Que, he realizado las observaciones pertinentes, mismas que han sido acogidas proactivamente por los mencionados jóvenes, corroborando así, que han sido introducidos los ajustes correspondientes en el trabajo en mención.

Por lo expuesto, autorizo a los peticionarios, hacer uso de este certificado como a bien convengan.

Atentamente,



Lic. Patricia Tenezaca Panchana Mgtr.

C.I. N° 0912958303

Registro SENESCYT N° 1006-04-528569

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotros, **NAVARRETE PONCE JUAN DANIEL Y GONZABAY DOMÍNGUEZ JONATHAN JOSUÉ**, estudiantes del octavo semestre de la carrera de Derecho de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, habiendo cursado la asignatura Unidad de Integración Curricular II, declaramos la autoría de la presente propuesta de investigación, de título: **“LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS EN ECUADOR, 2025”**, desarrollada en todas sus partes por los suscritos estudiantes con apego a los requerimientos de la ciencia del derecho, la metodología de la investigación y las normas que regulan los procesos de titulación de la UPSE.

Atentamente



Navarrete Ponce Juan Daniel

C.C 2450555517



Gonzabay Domínguez Jonathan Josué

C.C 2450285651

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO



Ab. Brenda Reyes Tomala, Mgt.
DIRECTORA DE LA CARRERA
DOCENTE GUÍA UIC



Ab. Karen Díaz Panchana, Mgt.
DOCENTE ESPECIALISTA



Ab. Marco Acosta Pacheco, Mgtr.
DOCENTE TUTOR

DEDICATORIA

A Dios, a quien jamás terminaré de comprender, pero a quien nunca dejaré de amar. Al único capaz de ser, al mismo tiempo, el misterio más profundo que la razón persigue y el refugio más cercano que el corazón encuentra.

Por eso mi hogar comenzó al pie de una Cruz, donde descubrí que la verdad no existe para disipar todo aquello que ignoramos, sino para conceder propósito incluso a lo que jamás comprenderemos por completo.

Es en ese propósito donde tomó forma el amor, en mis padres que hicieron de sí mismos el hogar al que siempre puedo volver, y en mis hermanos con quienes he compartido gran parte de la vida y no me podría imaginar una historia sin ellos; los amo profundamente a todos, si algo bueno hay en quien soy, una parte también les pertenece.

Juan Navarrete

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de culminar una de las metas más importantes de mi vida. A mis padres, por su esfuerzo, sacrificio y apoyo constante a lo largo de mi formación, siendo el ejemplo que me impulsó a nunca rendirme.

Asimismo, dedico este logro a todas aquellas personas que hoy ya no se encuentran físicamente conmigo, pero que dejaron una huella imborrable en mi vida; sus enseñanzas y valores contribuyeron a formar la persona que soy hoy. Finalmente, agradezco a quienes confiaron y me apoyaron para hacer posible este sueño.

Jonathan Gonzabay

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más profundo agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por abrirnos las puertas del conocimiento y brindarnos la formación académica, ética y humana, que nos llevó a formar valores que aportaron en gran medida a nuestra vocación de servicio y a determinar nuestro compromiso con la sociedad.

Manifestamos un especial reconocimiento a la Abg. Karen Díaz Panchana, cuya dedicación, disposición y valiosos aportes académicos constituyeron un soporte fundamental no solo durante el desarrollo temprano de esta investigación, sino que su guía permitió mejorar nuestras capacidades y destrezas para crecer en el ejercicio del derecho.

De igual manera, expresamos nuestra más sincera gratitud a la Abg. Brenda Tomalá Reyes, por su generoso acompañamiento y compromiso. Sus observaciones, criterio y permanente disposición para orientar cada detalle permitieron fortalecer significativamente la forma en la que concebíamos la investigación y el derecho.

Nuestro agradecimiento al Abg. Marco Acosta Pacheco, nuestro tutor del proyecto de investigación, por el tiempo dedicado, la guía brindada y las observaciones realizadas a lo largo del proceso investigativo. Su acompañamiento académico contribuyó de manera importante a la consolidación del presente estudio.

También, queremos expresar un reconocimiento muy especial a Mery Medina Herrera, presidenta de nuestro curso, por su constante apoyo, y disposición durante todo este camino. Su compromiso y calidad humana fueron un respaldo permanente que trascendió el ámbito académico, pues se volvió una aliada incondicional que hizo de este camino una experiencia más llevadera y dejó una huella que permanecerá para siempre.

Finalmente, extendemos nuestra gratitud a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de esta etapa. Cada consejo, cada gesto de confianza y cada muestra de apoyo representaron un impulso para continuar avanzando hasta alcanzar este objetivo. A todos ellos, nuestro más profundo y sincero agradecimiento.

Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
CONTRAPORTADA.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
VALIDACIÓN GRAMATICAL Y ORTOGRÁFICA	IV
DECLARATORIA DE AUTORÍA	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
RESUMEN	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1 Problema de investigación.....	3
1.2 Formulación del problema.....	5
1.3 Objetivo general y específicos.....	6
1.4 Justificación	6
1.5 Variables e idea a defender.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO REFERENCIAL.....	8
2.1 Marco teórico.....	8
2.1.1. Derecho de propiedad industrial y función de la marca	8
2.1.1.1 Protección jurídica en el contexto andino	9

2.1.1.2 Los derechos de uso y de exclusión conferidos por el registro	10
2.1.1.3 Vínculo con la territorialidad, la prioridad y la buena fe.....	11
2.1.2 Marcas notoriamente conocidas, concepto y criterios de acreditación	12
2.1.2.1 Protección jurídica.....	14
2.1.2.2 La ruptura de la territorialidad y del registro como rasgos distintivos.....	15
2.1.3 La acreditación del renombre	16
2.1.3.1 Origen de la distinción notoria	17
2.1.3.2 Diferencias funcionales entre marca notoria y marca renombrada	18
2.1.3.3 La necesidad de una categoría autónoma en el sistema andino.....	20
2.1.4 El principio de especialidad y su fundamento dogmático	21
2.1.4.1 Alcances y límites.....	22
2.1.4.2 Fundamento de la excepción al principio de especialidad	24
2.1.4.3 Riesgos asociados.....	25
2.1.4.4 El aprovechamiento parasitario de la reputación de terceros	27
2.1.4.5 Efectos jurídicos de la protección reforzada.....	28
2.1.5 La interpretación prejudicial en el sistema andino	29
2.1.5.1 La función prejudicial típica y el llenado de lagunas normativas	30
2.1.5.2 El acto aclarado en la jurisprudencia comunitaria.....	31
2.1.5.3. Construcción jurisprudencial y requisitos de procedencia	32
2.1.5.4 La prueba objetiva y cuantificable.....	33
2.1.6 Seguridad jurídica y previsibilidad interpretativa	34
2.1.6.1 Coherencia, estabilidad y predictibilidad	36
2.1.6.2 La propiedad intelectual y los límites a la protección reforzada	37
2.2 Marco legal.....	39
2.2.1 Constitución de la República del Ecuador.....	39
2.2.2 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación	41

2.2.3 Decisión 486 de la Comunidad Andina	42
2.2.4 El Convenio de París de 1883.....	46
2.3. Marco Conceptual.....	48
CAPÍTULO III.....	50
MARCO METODOLÓGICO.....	50
3.1 Diseño y tipo de investigación.....	50
3.1.1. Diseño de la investigación.....	50
3.1.2. Tipo de investigación	51
3.2 Recolección de la información	51
3.2.1 Población	51
3.2.2. Muestra	52
3.3. Tratamiento de la información	57
3.4 Operacionalización de variables	58
CAPITULO IV	60
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	60
4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	60
4.2. Verificación de la idea a defender	72
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES.....	75
BIBLIOGRAFÍA	76

INDICE DE TABLAS

TABLA #1 POBLACIÓN.....	52
TABLA #2 MUESTRA	53
TABLA #3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	58
TABLA #4 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 1 Y 2	61
TABLA #5 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 3 Y 4	62
TABLA #6 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 5 Y 6	63
TABLA #7 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 7 Y 8	64
TABLA #8 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADOR 9.....	65
TABLA #9 DIMENSIÓN TÉCNICA ENTRE MARCA NOTORIA Y MARCA RENOMBRADA.....	68
TABLA #10 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y LA DECISIÓN 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO #1 EVOLUCIÓN DE LA AUTONOMÍA JURÍDICA	66
GRÁFICO #2 ASIMETRÍA PROCESAL DE LOS RIESGOS	69

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

CARRERA DE DERECHO

**LA EXCEPCIÓN AL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD EN EL
RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LAS MARCAS RENOMBRADAS
EN EL ECUADOR, 2025**

**Autores: Navarrete Ponce Juan Daniel
Gonzabay Domínguez Jonathan Josué
Tutor: Abg. Acosta Pacheco Marco Mgtr.**

RESUMEN

Se analiza la tensión entre el principio de especialidad que rige el derecho de propiedad industrial ecuatoriano y la protección reforzada que la jurisprudencia andina reconoce a marcas renombradas, partiendo de que la normativa vinculante ya habilita una protección para signos que tienen reconocimiento bajo el amparo de la marca notoriamente conocida, pero no existe determinación clara que permita visualizar cuando la misma alcanza el renombre ni el alcance real de su protección. Con esto, la ausencia de reglas claras genera zonas de indeterminación que afectan la previsibilidad de la norma y consecuentemente a la seguridad jurídica. Por eso, se vuelve necesario analizar los criterios que sustentan esta excepción a partir de las interpretaciones prejudiciales emitidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. El estudio teórico permitió sostener las dinámicas que existe entre marcas, la notoriedad busca evitar que el consumidor confunda el origen del producto, mientras que el renombre resguarda el prestigio y el valor económico. Es por eso que un estudio de carácter cualitativo y con enfoque analítico hacia la jurisprudencia andina, posibilitó contrastar interpretaciones prejudiciales de distintos periodos con la normativa aplicable, que permitió visualizar una asimetría entre la magnitud de la protección concedida que estudia la teoría y el rigor exigido para acceder a ella, mientras la marca notoriamente conocida rompe la especialidad de forma relativa y exige acreditar riesgos, la marca renombrada la rompe de manera absoluta y se dispensa de carga probatoria, al considerarse su fama un hecho evidente por sí mismo. Frente a este diagnóstico, la tesis propone que la normativa andina y ecuatoriana incorporen una regulación expresa de la marca renombrada, con indicadores objetivos de acreditación, concluyendo que la coherencia del sistema marcario exige trasladar a norma escrita lo que hasta ahora ha dependido de la interpretación del Tribunal Andino.

Palabras clave: Marcas, renombre, excepción, principio, especialidad.

ABSTRACT

This study analyzes the tension between the principle of specialty governing Ecuadorian industrial property law and the enhanced protection that Andean case law grants to "renowned" trademarks. While binding regulations already provide protection for signs recognized as "well-known" trademarks, there is no clear standard to determine when a mark achieves "renowned" status or to define the actual scope of such protection. Consequently, the lack of clear rules creates areas of uncertainty that undermine the predictability of the law and, by extension, legal certainty. Therefore, it is necessary to examine the criteria underpinning this exception by analyzing the preliminary rulings issued by the Court of Justice of the Andean Community. Theoretical analysis highlights the distinct dynamics involved: the concept of a "well-known" mark aims to prevent consumer confusion regarding product origin, whereas a "renowned" mark safeguards prestige and economic value. A qualitative study with an analytical focus on Andean case law made it possible to compare preliminary rulings from different periods against applicable regulations. This revealed an asymmetry between the extensive protection granted—as described in theory—and the rigorous standards required to qualify for it: while a "well-known" mark overrides the specialty principle only relatively and requires proof of specific risks, a "renowned" mark overrides it absolutely and waives the burden of proof, as its fame is considered self-evident. In light of these findings, the thesis proposes that Andean and Ecuadorian regulations incorporate explicit provisions for "renowned" trademarks, including objective criteria for accreditation, concluding that the coherence of the trademark system requires codifying into written law what has hitherto relied on the interpretation of the Andean Court.

Key words: Brand, renown, exception, principle, specialty.

INTRODUCCIÓN

El régimen moderno del derecho de propiedad industrial en el Ecuador no constituye una regulación exclusivamente nacional, sino que forma parte del sistema supranacional de la Comunidad Andina, en consecuencia las normas que tratan las marcas se encuentran establecidas en fronteras que buscan resguardar el mercado comunitario internacional, una de esas fronteras es el derecho de exclusividad sobre el signo que ampara protección únicamente en la categoría de productos para la cual fue inscrito, y es la premisa que constituye el núcleo del principio de especialidad, una directriz que existe para organizar la coexistencia de múltiples signos comerciales.

No obstante, existen marcas que superan las barreras de este derecho de exclusividad incluso hacia otros sectores si es necesario, es en ese sentido que nace la marca notoriamente conocida como una respuesta a la necesidad de resguardo a marcas que hayan alcanzado popularidad en su sector, y que obtienen esta protección demostrando que existen riesgos que permitan asociarla; pero cuando esta barrera de popularidad en el sector se rompe y su posicionamiento y fama abandonan su nicho de origen para insertarse en la cultura general, nace la marca renombrada, un fenómeno que rompe el principio de especialidad de manera absoluta incluso si otra marca no guarda relación alguna.

Ante este escenario, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina mediante interpretaciones prejudiciales ha abordado dicho fenómeno al no contar con normativa expresa que delimite el acceso a esta categoría ni el alcance real de su protección. Esta investigación aborda precisamente dicha inconsistencia jurídica, analizando la manera en que el Tribunal ha delimitado, mediante su jurisprudencia una figura legal que carece de una regulación normativa integral.

El capítulo I aborda esta problemática demostrando los motivos por los cuales el esquema de protección vigente para las marcas renombradas resulta insuficiente en la práctica. Asimismo, aterriza este conflicto en la realidad del Ecuador, justificando la importancia de su análisis, pues este tema genera interrogantes relevantes respecto de dicha excepción al principio de especialidad, y el cómo afecta a la previsibilidad y correcta aplicación de la normativa que establece el principio de seguridad jurídica en el país.

De este modo, el capítulo II desarrolla el soporte teórico y legal que sostiene la investigación. En este apartado se examina la finalidad de las marcas dentro del derecho de propiedad

industrial, el principio de especialidad y su justificación, la protección de las marcas notoriamente conocidas y renombradas, así como la evolución doctrinal de ambas figuras. Del mismo modo, se estudia la función de las interpretaciones prejudiciales dentro del sistema comunitario andino y su incidencia en la construcción del régimen de marcas renombradas.

El capítulo III detalla la estrategia metodológica implementada, ya que en esta parte se argumenta la conveniencia de aplicar un enfoque analítico, el cual se apoya en la revisión de documentos y en el examen interpretativo de interpretaciones prejudiciales dictados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina que responden a la fuente legal que verdaderamente ha edificado las reglas de protección para las marcas de renombradas.

Por último, el capítulo IV muestra de manera directa los hallazgos del estudio frente a lo ya discutido. Para ello, se analizaron de forma conjunta las interpretaciones judiciales escogidas, permitiendo identificar el criterio del Tribunal, ya que a través de esta evaluación hacia los criterios es que se logró identificar la evolución de la figura de marca renombrada, el grado de consolidación de la misma, el cómo se justifica la ruptura absoluta del principio de especialidad, y la incorporación de la figura del hecho notorio como fundamento de la dispensa probatoria.

Sobre la base de estos resultados, se formulan las conclusiones que sintetiza lo hallado en el análisis y las recomendaciones orientadas a superar las principales debilidades identificadas en el régimen de marcas renombradas, buscando preservar la correcta aplicación normativa en el país.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Problema de investigación

En el marco de la normativa ecuatoriana, la propiedad industrial está regulada por el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. Sin embargo, al ser miembro fundador de la Comunidad Andina, el Ecuador ingresa a un ordenamiento jurídico de carácter comunitario internacional en el que ciertas materias, entre ellas la propiedad industrial se regulan de forma común para todos los países miembros.

En ese sentido, la Comunidad Andina “cuenta con un ordenamiento jurídico que presenta la siguiente dualidad: es un ordenamiento autónomo del de los países miembros y, al mismo tiempo, forma parte de dichos ordenamientos” (Apuntes de Derecho Comunitario Andino, 2019, pág. 43), y es por esto que la defensa de las marcas en el seno de este sistema se estructura bajo diversos principios que orientan la concesión y el ejercicio de derechos.

Entre ellos destaca el principio de especialidad, que se reconoce en la Decisión 486, emitida por la misma Comunidad Andina, el cual es un instrumento que constituye el marco normativo común en materia de propiedad industrial, donde se establece que el derecho exclusivo que confiere una marca se limita a los productos o servicios para los cuales fue registrada.

Aunque, el propio régimen reconoce protección adicional para aquellos signos que han alcanzado niveles elevados de reconocimiento en el sector pertinente, es decir, al público específico al que va un producto, y bajo ese contexto es que existe la marca notoriamente conocida. La Decisión 486 regula expresamente esta figura, en concreto, el artículo 226 establece la protección de una marca notoria frente a otras marcas que "puedan generar un riesgo de confusión o asociación con la compañía del titular, sus productos o servicios, o un beneficio injusto de su prestigio, o una disminución de su fuerza distintiva" (Decisión 486, 2000).

No obstante, la protección reforzada que el artículo reconoce a todo signo notoriamente conocido ha resultado insuficiente a la hora de explicar un fenómeno cualitativamente

distinto, que pertenece a aquellas marcas cuyo reconocimiento trasciende ese sector pertinente del mercado con el que se busca justificar una protección que trasciende los límites ordinarios del principio de especialidad, a la cual se le denomina marca renombrada.

A breves rasgos, podríamos decir que la única diferencia entre la marca renombrada y la marca notoriamente conocida es que “La marca notoria es conocida dentro del sector pertinente del mercado, mientras que la marca renombrada es conocida por el público en general, incluso por quienes no consumen ni comercializan los productos o servicios identificados por ella” (Cedeño Véliz & Vásquez Donoso, 2025)

Sin embargo, el problema no radica en que la Decisión 486 niegue protección extraclassa a marcas, pues el artículo 226 ya la concede a partir de denominados riesgos. El problema radica, precisamente, en que la norma comunitaria no establece los criterios que permitan distinguir con un mínimo de certeza sobre la intensidad y los límites de la excepción al principio de especialidad cuando se habla de marcas renombradas.

Por un lado, se comprende que estas, son activos de alto valor cultural y económico, y de alto prestigio. (Haro Bravo, 2019, pág. 9) subraya que la notoriedad y el renombre implican un grado de conocimiento generalizado que exige mecanismos de tutela más amplios, al margen de la especialidad de los productos o servicios, comentario que pone énfasis en que el valor de estas marcas manifiesta la necesidad de protecciones legales adicionales ya que su reconocimiento general las haría blanco fácil para un uso indebido, pero al no existir normativa expresa dentro de la decisión 486 sobre el tratamiento de estas marcas deja interrogantes sobre sus límites y el cómo operan.

En consecuencia, el debate jurídico deja de centrarse únicamente en la existencia del renombre de una marca y pasa a enfocarse en la manera en que conceptos como cuándo debe aplicarse esa protección ampliada o bajo qué condiciones deben cumplirse, se vuelven interrogantes de estudio, pues autoridades competentes en materia de marcas como el Tribunal de Justicia de la comunidad Andina, han tratado de suplir y abarcar el fenómeno relacionado a marcas renombradas a través de interpretaciones prejudiciales, mecanismos de cooperación jurídica que, entre sus funciones, buscan resolver controversias de interpretación normativa.

Por ejemplo, en 2019 se realizó una interpretación que involucraba a los signos Cocakollabol y The Coca-Cola Company. Más allá del conflicto, el Tribunal de la Comunidad Andina

valida el alto nivel de reconocimiento y reputación de la multinacional, pues el órgano judicial determinó que el amparo legal de una marca renombrada trasciende las categorías de productos originalmente registradas, ejemplificando el alcance de la protección jurídica. Manifestando además que permitir un signo similar causaría un riesgo de asociación errónea en el consumidor, provocaría un beneficio injustificado a costa de la reputación ajena y debilitaría la capacidad de identificación exclusiva de la marca original, aún si estas empresas operaran en sectores comerciales diferentes. (Interpretación Prejudicial 214-IP-2019).

Es decir, la marca renombrada rompe absolutamente el principio de especialidad, y el problema llega a ser no solo que no se desarrolla de manera autónoma un recurso normativo que explique el alcance de la protección de las marcas renombradas, sino que estas interpretaciones emitidas por el Tribunal, han adquirido un papel decisivo a la hora de evaluar la condición y valor que tienen estos signos distintivos, por lo que se vuelve más que necesario evaluar si estos criterios son precisos para fundamentar el fenómeno.

Ya que, la falta de criterios suficientemente estables puede dar lugar a aplicaciones distintas de la excepción, ampliando o restringiendo de forma considerable la protección de las marcas renombradas según las particularidades de cada caso. Esto genera una tensión entre la necesidad de otorgar una tutela reforzada a los signos de alto prestigio y la obligación de respetar los límites propios del principio de especialidad, evitando así tanto una protección insuficiente frente al aprovechamiento indebido, como una expansión excesiva que termine afectando el equilibrio de marcas.

Por esta razón, resulta fundamental evidenciar las reglas que ha establecidos el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Ya que este estudio permitirá medir qué tan consistentes y predecibles son dichos criterios legales, evaluando al mismo tiempo cómo afectan directamente a la estabilidad y confianza jurídica dentro del régimen de propiedad industrial e intelectual en el Ecuador.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los criterios interpretativos aplicados en la excepción al principio de especialidad para la protección de marcas renombradas en el ordenamiento jurídico ecuatoriano?

1.3 Objetivo general y específicos

Objetivo general

Analizar los criterios que rigen la aplicación de la excepción al principio de especialidad en la protección de marcas renombradas mediante el estudio de interpretaciones prejudiciales del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, orientado hacia la exposición de los alcances de esta excepción en el derecho ecuatoriano.

Objetivos específicos

- Describir casos significativos donde se desarrolle el criterio de la excepción al principio de especialidad, con el fin de aclarar cómo funciona esta excepción dentro de la realidad legal y jurídica de Ecuador.
- Analizar las pautas de interpretación fijadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina sobre las marcas renombradas, para definir cómo es su obligatoriedad y qué consecuencias tienen estas decisiones en las leyes del país.
- Identificar la coherencia y uniformidad de los criterios sobre la excepción al principio de especialidad mediante la comparación entre la normativa andina, ecuatoriana, y las interpretaciones prejudiciales con el fin de revelar su impacto en la seguridad jurídica y la predictibilidad del régimen de marcas en Ecuador.

1.4 Justificación

La protección de marcas renombradas plantea uno de los debates más complejos del derecho de marcas contemporáneo, pues existe la necesidad de conocer hasta dónde puede extenderse la tutela de una marca cuando su prestigio supera ampliamente los límites del sector en que originalmente opera, y el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina reconoce la excepción al principio de especialidad como respuesta a esta realidad, permitiendo que ciertas marcas sean protegidas más allá de las clases para las que fueron registradas.

Sin embargo, el alcance de esta excepción ha sido desarrollado principalmente por vía interpretativa y resulta relevante analizar el grado de claridad, coherencia y estabilidad, y el sustento jurídico de dichos criterios, especialmente por la incidencia que estos tienen en la aplicación práctica en el derecho.

Pues la doctrina ha tendido a abordar la protección de marcas como un régimen unitario, sin detenerse a delimitar técnicamente esta figura ni a examinar los criterios que deberían

gobernar su aplicación. De hecho, las investigaciones actuales sobre marcas renombradas suelen mencionar esta excepción como una consecuencia de la popularidad del signo, pero sin analizar a fondo bajo qué condiciones se aplica, cuáles son sus límites o cómo afecta al equilibrio de la libre competencia.

Para llenar este vacío, la presente investigación se enfoca en examinar detalladamente los criterios legales que aclaran cuándo y de qué manera funciona dicha excepción, concentrándose en los dictámenes emitidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Descubrir las reglas detrás de estos criterios va más allá de un simple registro de datos; su verdadera utilidad radica en que permite visibilizar los choques reales entre el blindaje extra que exigen las marcas de gran renombre y la obligación de respetar el principio de especialidad.

1.5 Variables e idea a defender

Variable dependiente

La seguridad jurídica en el régimen de protección de marcas renombradas en Ecuador.

Variable independiente

Los criterios interpretativos aplicados en la excepción al principio de especialidad para marcas renombradas.

Idea a defender

Ante la falta de una legislación explícita, las interpretaciones prejudiciales del Tribunal Andino se han transformado en el pilar para proteger a las marcas renombradas. Sin embargo, esta dependencia deja al descubierto zonas de indeterminación sobre los requisitos y alcance exactos de la protección ampliada. Esta situación afecta directamente la seguridad jurídica y al sistema de marcas ecuatoriano, debido a que las decisiones finales quedan sujetas a criterios interpretativos abiertos en lugar de apoyarse en reglas normativas estables, precisas y de carácter objetivo.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico

2.1.1. Derecho de propiedad industrial y función de la marca

La propiedad industrial tiene como objeto proteger las creaciones aplicadas a las actividades empresariales y comerciales. En este ámbito entran las marcas, los nombres comerciales, las patentes de invención, los diseños industriales y los signos distintivos que permiten diferenciar a las empresas entre sus productos y servicios. La finalidad es otorgar seguridad jurídica para los titulares de los derechos promoviendo de esta manera que exista una competencia leal dentro de la actividad económica.

Debido a la función que desempeña la marca dentro del mercado toma una posición especial dentro de la protección proporcionada por la propiedad industrial. La marca permite diferenciar los productos o servicios a los ofrecidos por competidores. Esta capacidad distintiva hace que el consumidor asocie la calidad, reputación y confianza con un determinado signo que convierte a la marca en un activo intangible con un valor económico para las empresas (Bayón, 2019).

La protección jurídica de las marcas responde al interés particular del titular, pero también garantiza que haya una transparencia dentro del mercado y evita que existan prácticas que puedan inducir al consumidor a caer en error. Los ordenamientos jurídicos han desarrollado mecanismos para reconocer derechos exclusivos sobre los signos distintivos con limitaciones y excepciones para que estos derechos no falten a los principios de libre competencia y seguridad jurídica.

La regulación de las marcas se encuentra principalmente dentro de la Decisión 486 de la Comunidad Andina donde se establece un régimen común para los países miembros. A partir de esta normativa se han desarrollado criterios doctrinarios y jurisprudenciales que han permitido precisar el alcance de los derechos conferido al registro de marcas, justificar la protección reforzada que se le otorga a ciertos signos distintivos, cosa que ocurre con las marcas notoriamente conocidas y las marcas renombradas.

2.1.1.1 Protección jurídica en el contexto andino

La protección jurídica de las marcas regulada para los países miembros de la Comunidad Andina se encuentra en la Decisión 486, normativa supranacional que establece un régimen uniforme en la propiedad industrial para Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia. Garantiza la seguridad jurídica de los titulares de derechos, promueve la libre competencia y protege los riesgos de confusión dentro del mercado para los consumidores, con esta regulación se busca que los signos distintivos cumplan su función identificadora y que los agentes económicos se muevan dentro del marco jurídico.

Este sistema reconoce a la marca como un signo usado para distinguir un producto o servicio frente a otros dentro del mercado. La protección jurídica nace cuando el registro de una marca es otorgado por la autoridad competente de cada país, confiriendo a su titular el derecho exclusivo de uso sobre el signo registrado. Derecho que impide que terceros utilicen o registren un signo idéntico si existe confusión o asociación con respecto a productos o servicios protegidos de esta manera el régimen andino tutela los intereses del titular del derecho como los intereses del público consumidor, al identificar correctamente una empresa con respecto a los productos o servicios que consumen (Bayón, 2019).

La normativa andina se sustenta bajo la estructura de diversos principios tradicionales sobre el derecho de las marcas como la territorialidad, la especialidad y la prioridad registral. Pero, la evolución del comercio y la relevancia económica que tienen ciertos signos distintivos han exigido que se reconozcan mecanismos más amplios de protección. Es por ello que la Decisión 486 agregó una tutela reforzada a las marcas notoriamente conocidas permitiendo la extensión de su protección más allá de los límites ordinarios del registro cuando existe el riesgo de dilución, aprovechamiento indebido por el prestigio que tienen o afecta su fuerza distintiva.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina al ser el órgano encargado le corresponde realizar la interpretación uniforme de la normativa. A través de las interpretaciones prejudiciales el tribunal ha emitido criterios que permiten precisar el alcance de la protección sobre las marcas. La labor del tribunal ha sido importante para la construcción de la figura de la marca renombrada, categoría que expresamente no está regulada en la Decisión 486 pero ha sido reconocida doctrinal y jurisprudencialmente otorgando una protección reforzada que trascienden lo que normalmente protege el principio de especialidad.

En Ecuador este sistema andino se complementa con las disposiciones que da el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y la participación administrativa del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (COESCCI), institución que se encarga del registro de las marcas y la protección de los derechos de propiedad intelectual. De esta manera la protección jurídica busca preservar la función distintiva de los signos, fortalecer la seguridad jurídica y la competencia leal del mercado a través de las normas supranacionales, la aplicación de mecanismos nacionales y criterios jurisprudenciales que existen del derecho de las marcas.

2.1.1.2 Los derechos de uso y de exclusión conferidos por el registro

El Estado reconoce a una persona natural o jurídica la titularidad exclusiva sobre un signo distintivo mediante el registro de la marca para identificar un determinado producto o servicio. El titular adquiere una serie de facultades jurídicas a través del registro que le permiten usar su marca de manera exclusiva e impedir el registro de terceros que puedan llegar a afectar sus derechos. Estas facultades se fundamentan en la necesidad de proteger la función distintiva de la marca, garantizar la identificación del origen empresarial por el producto o servicio y preservar que exista una competencia leal dentro del mercado.

El derecho de uso exclusivo de la marca tiene la facultad de permitir al titular utilizar el signo registrado en actividades comerciales, publicitarias y promocionales relacionados con los productos o servicios del cual se obtuvo la protección. También le permite consolidar la reputación, el prestigio y el valor económico asociado a la marca, pasando a ser un activo intangible de gran relevancia dentro de la actividad empresarial (Bayón, 2019). Con este derecho se logra que el signo pueda cumplir su función distintiva, evitando que terceros puedan utilizar signos semejantes que puedan llevar a la confusión al público que los adquiere.

El registro también confiere un derecho de exclusión para terceros, facultado en permitir al titular impedir que otras personas utilicen, reproduzcan, comercialicen o registren algún signo idéntico cuando se observa que hay un riesgo de confusión frente a los productos o servicios protegidos. Es un derecho exclusivo que busca evitar que terceros se vean beneficiados mediante el aprovechamiento del esfuerzo empresarial y la reputación construida por el titular de la marca (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

Los derechos conferidos por el registro no poseen carácter absoluto. El ejercicio de estos se encuentra sujetos a los límites y principios dados por el ordenamiento jurídico en especial por el principio de especialidad mediante el cual la marca se circunscribe frente a los productos o servicios por el cual fue registrada (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Pero, la evolución del derecho sobre marcas ha hecho que determinada categoría de signos distintivos debido al reconociendo y prestigio que obtienen, requieren una tutela más amplia a los límites tradicionales que da el registro.

Estas circunstancias han permitido desarrollar mecanismos de protección reforzada para marcas notoriamente conocidas y en especialmente para las marcas renombradas donde la protección excede incluso de los productos o servicios distintos del que fue registrado cuando existe un riesgo de dilución, aprovechamiento indebido de la reputación o afecte a la fuerza distintiva de la marca.

2.1.1.3 Vínculo con la territorialidad, la prioridad y la buena fe

Los derechos obtenidos por el registro de una marca operan bajo diversos principios con los que se encuentran estrechamente vinculados; principios que estructuran el sistema de propiedad industrial. Entre ellos se encuentra la territorialidad, la prioridad y la buena fe, los cuales determinan el alcance de la protección que se le otorga al titular, así como los límites para el ejercicio de sus derechos, garantizando la seguridad jurídica en el tráfico económico, al mismo tiempo que mantienen un equilibrio en la protección de signos distintivos y la libre competencia.

El principio de territorialidad establece que la protección de una marca produce efectos solo dentro del territorio donde el registro fue concedido. El reconocimiento del derecho sobre una marca dentro de un Estado no otorga protección en otro país, porque cada autoridad nacional tiene la competencia de reconocer, negar o extinguir derechos sobre signos distintivos según su ordenamiento jurídico. Sin embargo, la cooperación internacional y los instrumentos multilaterales han permitido ajustar procedimientos sin faltar a la naturaleza territorial de estos derechos, otorgando a cada Estado el control sobre el contenido y el alcance de la protección (Aleman, 2010).

El principio de prioridad otorga preferencia a la persona que presenta primero una solicitud válida de registro de marca. Con este principio se puede determinar con claridad quién tiene el mejor derecho sobre un signo distintivo cuando existen varias solicitudes sobre marcas

iguales o similares, evitando conflictos y brindando seguridad jurídica a los titulares (Alemán, 2010). En el ámbito internacional este principio también se refleja en la prioridad unionista establecida por el Convenio de París que permite solicitar protección en otros países conservando la fecha de la primera solicitud, sin afectar la facultad de cada Estado para examinar el registro de acuerdo con su propia legislación (Convenio de París, 1883).

De igual forma, la buena fe constituye un principio esencial dentro del derecho sobre las marcas, ya que exige que los derechos obtenidos mediante el registro sean ejercidos de manera legítima y conforme a los fines previstos por la ley. La implementación de esta regla tiene como propósito fundamental frenar prácticas desleales en el mercado. Específicamente, impide que se inscriban marcas que ya pertenecen a otros dueños, que las empresas se aprovechen del prestigio acumulado por un tercero o que se consigan beneficios comerciales de forma poco ética. Por otra parte, este mecanismo funciona como una guía de interpretación para las autoridades cuando la aplicación rígida y literal de la ley podría dar lugar a fallos injustos o bien a decisiones que contradigan el verdadero propósito y valor comercial que posee una marca en la economía. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2010).

La relevancia de los principios de territorialidad, prioridad y buena fe se vuelve más evidente en la salvaguarda de los símbolos ampliamente reconocidos y los nombres de marcas renombradas. El alto grado de reconocimiento que posee una marca puede justificar una protección más amplia que la otorgada normalmente por el registro. Sin embargo, esta protección reforzada no implica el abandono de estos principios, sino que exige una aplicación cuidadosa para evitar abusos y garantizar que la tutela especial de estas marcas responda a la necesidad de preservar su capacidad distintiva, su prestigio y su valor económico dentro de los límites de la seguridad jurídica y la competencia leal (Vilela, 2006).

2.1.2 Marcas notoriamente conocidas, concepto y criterios de acreditación

La marca notoriamente conocida representa una excepción a ciertos principios clásicos del derecho sobre las marcas, especialmente a los de territorialidad y registro. Esto se debe a que su protección no depende únicamente de que exista un registro vigente en un país determinado. Su reconocimiento surge cuando un signo ha logrado un importante nivel de difusión y conocimiento dentro del mercado, gracias a su uso constante, promoción o presencia comercial. Por esta razón, el ordenamiento jurídico le otorga una tutela especial

para impedir que terceros se beneficien injustamente de la reputación y prestigio obtenidos por su titular (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

De acuerdo con la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la marca notoriamente conocida es aquel signo que ha logrado consolidarse con éxito en la mente del público objetivo o nicho de mercado al que van dirigidos sus productos o servicios dentro de un Estado miembro. Este estatus de popularidad puede haberse conseguido a través de cualquier canal o estrategia de difusión, por lo que la ley no exige un medio publicitario específico para demostrar su fama. La tutela jurídica especial que reciben estos signos distintivos se fundamenta en dos pilares: el alto valor comercial y la capacidad de diferenciación que la marca ha construido en el entorno mercantil. (Decisión 486).

La notoriedad de una marca no debe simplificarse solo a su popularidad o fama del signo. La doctrina sostiene que este concepto está relacionado principalmente con el nivel de conocimiento que el signo posee dentro del sector relevante del mercado. En ese sentido, Fernández-Nóvoa señala que una marca notoria es aquella que ha alcanzado una difusión suficiente entre los consumidores o usuarios de los productos o servicios que identifica, lo que le permite diferenciarse de otros signos existentes en el tráfico comercial (Fernández Nóvoa, 2001). Por esto, la evaluación de la notoriedad debe priorizar cómo el signo es percibido en el sector relevante.

Establecer si un signo distintivo posee la categoría de marca notoriamente conocida exige una evaluación integral de múltiples factores que comprueben su impacto en el mercado. Dentro de estos indicadores esenciales se incluyen la trayectoria temporal en el uso de la marca, el alcance y la fuerza de sus campañas de publicidad, el volumen total de ventas de sus productos o servicios, y el grado de confianza y recepción que tiene dentro de su sector comercial específico. La práctica jurídica exige que todos estos datos se analicen en su conjunto, debido a que ningún criterio, considerado de forma aislada, es capaz de demostrar por sí solo el carácter de notoriedad. (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

De acuerdo con los lineamientos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el renombre de un signo no se asume de manera automática, sino que representa una condición real que exige ser demostrada con evidencias claras y verificables. No basta con que el titular del signo declare su notoriedad, es importante que se demuestre evidencias reales que permitan demostrar la aceptación del signo por el público consumidor. Esta disposición de

la norma es crucial para que exista estabilidad y confianza en el sistema legal, evitando que ciertas marcas que no tienen un sustento probatorio real obtengan un amparo especial (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina).

2.1.2.1 Protección jurídica

La protección jurídica de las marcas notoriamente conocidas surge para responder a las limitaciones que presentan las reglas tradicionales del derecho sobre las marcas frente a signos que han alcanzado un amplio reconocimiento en el mercado. Por lo general, una marca común solo recibe protección si está inscrita formalmente y únicamente dentro del sector específico de productos o servicios que declaró al registrarse. En cambio, los signos con un alto nivel de popularidad disfrutan de un blindaje mucho más amplio debido al prestigio acumulado y a su enorme fuerza para diferenciarse de la competencia. El verdadero objetivo de este derecho especial es bloquear cualquier intento de otras empresas de colgarse de la reputación ajena para obtener ganancias injustas, cuidando así el valor financiero de la marca original.

En el contexto regional, la Decisión 486 de la Comunidad Andina es la norma encargada de regular este tipo de signos de alto reconocimiento. Este reglamento menciona que la notoriedad de una marca hace que obtenga una protección especial a diferencia de las marcas comunes. Donde entidades autorizadas pueden detener el registro o uso inapropiado de signos idénticos o similares que podrían llevar al consumidor a confusión, generar asociaciones de empresas o aprovecharse del prestigio de la empresa original. Es una disposición que actúa de forma inmediata más allá de si la marca notoriamente conocida fue registrada en la región donde se exige el reconociendo de sus derechos (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

Esta postura tiene una característica principal en la flexibilidad que se le da a los principios tradicionales de registro y territorialidad. El sistema legal de propiedad intelectual exige que una marca este registrada en el país donde se pide su defensa, pero en el caso de marcas notoriamente conocidas se le da un amparo excepcional a esta disposición incluso si la marca no está registrada en ese país. Para activar esta protección, el único requisito indispensable es comprobar que el signo ya es plenamente reconocido por su público objetivo en el mercado. Con esta medida, el derecho busca salvaguardar la reputación comercial y el poder

de diferenciación que la marca ha construido gracias a su presencia en el comercio. (Vilela, 2006).

La tutela jurídica de las marcas notoriamente conocidas también busca evitar diferentes formas de afectación a los derechos de sus titulares. Entre las más significativas se encuentran el riesgo de confusión, el riesgo de asociación, la pérdida de capacidad distintiva del signo y el aprovechamiento injustificado de su prestigio. Todos estos riesgos afectan a los titulares como al público consumidor creando confusión al identificar una marca y afectando el funcionamiento que debe tener la competencia leal. Por eso la normativa andina incluye mecanismos para castigar y evitar se den este tipo de acciones.

2.1.2.2 La ruptura de la territorialidad y del registro como rasgos distintivos

La protección de las marcas notoriamente conocidas surge como una respuesta frente a las limitaciones de las reglas tradicionales del derecho sobre las marcas. El ordenamiento se fundamenta en los principios de territorialidad y registro, los cuales dictan que los derechos de propiedad industrial surgen y se limitan exclusivamente al territorio donde han sido formalmente otorgados (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Con la internacionalización dentro del comercio se vio la necesidad de brindar una protección más amplia a ciertas marcas que han logrado alcanzar un mayor reconocimiento.

El principio de territorialidad refiere a que la protección de una marca se limita a la nación donde fue registrada, pues cada nación posee su propia normativa para signos distintivos. Al tratarse de marcas notorias la excepción a este principio trasciende del lugar de origen registral, pero se debe probar que el público identifica plenamente la marca en el país donde se pide la protección. De esta manera, la notoriedad permite flexibilizar los efectos de la territorialidad para evitar la apropiación indebida de marcas ampliamente reconocidas (Aleman, 2010).

La notoriedad también representa una excepción al principio registral. De forma general, el registro es el acto que otorga el derecho exclusivo sobre una marca y permite impedir que terceros utilicen signos iguales o semejantes. Sin embargo, la Decisión 486 reconoce que una marca notoriamente conocida puede recibir protección aun cuando no se encuentre registrada en el país donde se pretende ejercer ese derecho (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Dicha excepción se justifica al reconocer que el valor distintivo de ciertos

signos no depende únicamente de su formalización registral, sino del prestigio consolidado ante el consumidor y el mercado.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha precisado que esta tutela especial tiene por objeto evitar que terceros obtengan ventajas ilegítimas mediante la utilización o el registro de signos que repliquen o imiten marcas con alto reconocimiento público. Asimismo, ha precisado que la notoriedad constituye una situación de hecho que debe demostrarse mediante pruebas objetivas. Una vez acreditada, puede justificar una protección más amplia que la concedida a las marcas ordinarias (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina).

La flexibilización de los principios de territorialidad y registro no implica su desaparición dentro del derecho sobre las marcas. Por el contrario, estos principios continúan siendo la base del sistema de protección, aunque admiten excepciones cuando la protección ordinaria resulta insuficiente (Vilela, 2006). Esta evolución jurídica constituye uno de los antecedentes más relevantes para comprender el desarrollo de las marcas renombradas y la ampliación de la protección más allá de los límites tradicionales del principio de especialidad.

2.1.3 La acreditación del renombre

La protección especial otorgada a las marcas renombradas requiere demostrar previamente que el signo posee un nivel de reconocimiento superior al de una marca común. El renombre no surge de manera automática ni puede darse por supuesto, sino que debe probarse mediante elementos objetivos que evidencien su relevancia dentro del mercado. Tal como indica Otamendi, la notoriedad o el renombre de un signo distintivo representan una cuestión de hecho, lo que obliga a probar su existencia a través de elementos objetivos y suficientes (Otamendi, 2017). Esta carga probatoria es indispensable para obtener una tutela reforzada frente a actos que amenacen la reputación, la fuerza distintiva o el patrimonio económico de la marca (Fernández Nóvoa, 2001).

La doctrina coincide en que el renombre es una realidad fáctica vinculada al nivel de conocimiento que la marca ejerce sobre los consumidores. En este sentido, la parte que invoque esta cualidad debe presentar evidencias contundentes que certifiquen una presencia destacada y un reconocimiento notable en el sector comercial. Este rigor tiene como finalidad impedir que se concedan privilegios excepcionales basándose únicamente en meras aseveraciones (Otamendi, 2017).

Para determinar la presencia del renombre, se debe examinar una serie de indicadores que permitan dimensionar la posición real que tiene el signo en el mercado. Entre los aspectos más relevantes se encuentran el tiempo de uso del signo, la intensidad de su presencia en el mercado, el alcance geográfico de su difusión, el volumen de ventas de los productos o servicios que identifica y la inversión realizada en publicidad y promoción. Estos elementos permiten conocer el grado de aceptación y reconocimiento que la marca ha logrado entre los consumidores (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

La acreditación del renombre también puede apoyarse en diversos medios de prueba. Entre las pruebas destacadas se encuentran los análisis de mercado, encuestas de opinión, reportes financieros, datos de ventas, acuerdos publicitarios y cualquier tipo de documento que ayude a evaluar la situación de la marca en el sector (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina). Estas pruebas dan información verificable y objetiva que sirven para comprobar el grado de reconocimiento que alega el titular sobre su marca.

No obstante, ninguna prueba por sí sola es suficiente para acreditar el renombre. Esta condición requiere un análisis integral de todo el conjunto probatorio expuesto. Las autoridades deben evaluar la totalidad de los elementos para determinar si el signo ha logrado el grado de penetración necesario para merecer la tutela reforzada propia del derecho de propiedad industrial (Fernández Nóvoa, 2001).

2.1.3.1 Origen de la distinción notoria

La distinción entre marcas conocidas y renombradas surgió por cambios en la doctrina y los tribunales europeos a finales del siglo XX. Al principio se usaban ambos términos como sinónimos para signos con mucha fama en el mercado, pero el auge del comercio global y la importancia de las grandes empresas obligaron a crear categorías legales distintas. Así los expertos buscaron separar la notoriedad del renombre como niveles distintos de difusión en el derecho sobre las marcas para lograr una protección más eficiente (Fernández Nóvoa, 2001).

El derecho europeo de marcas identificó que ciertos signos superaban el público específico de sus productos o servicios. Mientras la marca conocida se limita a su sector comercial, la marca renombrada trasciende ese círculo y llega a gran parte de la población en general. En este sentido, Fernández-Nóvoa sostiene que la marca renombrada es aquella que goza de difusión general entre los consumidores, incluso cuando estos no sean usuarios de los

productos o servicios que distingue (Fernández Nóvoa, 2001). Esta diferencia permitió reconocer que ciertos signos poseen un poder económico superior que se proyecta más allá de su actividad original permitiendo así fundamentar nuevas reglas de protección legal (Otamendi, 2017).

Un paso decisivo fue la Directiva 89/104/CEE que otorgó una protección especial para las marcas que gozaban de renombre. Permitió a los titulares impedir el uso de signos iguales o parecidos incluso en productos distintos. Esto sucede cuando el tercero busca aprovecharse de forma desleal del prestigio ajeno o causar un daño a la reputación de la marca (Consejo de la Unión Europea, 1988). Fue una ruptura necesaria con el principio de especialidad debido al valor excepcional de estos activos.

La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea ayudó a consolidar esta construcción jurídica. Definieron que el renombre ocurre cuando una parte significativa del público interesado reconoce plenamente la marca. Este criterio permitió diferenciar con mayor precisión el concepto de renombre respecto de otras formas de reconocimiento en el derecho sobre las marcas evitando así confusiones doctrinales sobre el alcance real de la protección.

Los expertos señalan que el renombre no es solo más fama sino la concurrencia de factores que prueban una presencia excepcional en el mercado. Influyen la intensidad y duración de uso la publicidad y la extensión geográfica del reconocimiento alcanzado. También importa el volumen de ventas y la capacidad de ser identificada por personas ajenas al público consumidor habitual (Otamendi, 2017). El renombre implica un nivel superior donde la marca se posiciona firmemente en la conciencia colectiva de la sociedad.

2.1.3.2 Diferencias funcionales entre marca notoria y marca renombrada

La evolución del derecho sobre las marcas ha permitido diferenciar entre las marcas notoriamente conocidas y las renombradas. Aunque ambas poseen un alto nivel de fama en el mercado cumplen funciones distintas en el sistema de protección. Esta diferencia es relevante en el ámbito andino donde la Decisión 486 regula la notoriedad mientras que el renombre se ha consolidado mediante la doctrina y la jurisprudencia. La distinción no depende solo del grado de conocimiento sino de los intereses jurídicos que cada figura busca salvaguardar en el mercado.

La marca notoriamente conocida protege un signo que alcanzó reconocimiento en sectores pertinentes del comercio. La finalidad de esta tutela es mitigar cualquier riesgo de confusión o asociación que pudiera llevar a los consumidores a errar respecto a la procedencia comercial de los bienes o servicios. En este sentido, la Decisión 486 confiere una protección especial a tales signos, bloqueando el registro o el empleo de marcas idénticas que lesionen los intereses legítimos del titular (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Esta medida constituye una salvaguarda fundamental para preservar la integridad y el orden en el sistema de propiedad marcaria.

La marca renombrada cumple una función mucho más extensa pues su protección supera la simple evitación de errores del consumidor. Debido a su excepcional difusión los riesgos que enfrenta son diversos y complejos. La tutela busca preservar la reputación y la capacidad distintiva frente a conductas que pretendan aprovecharse injustamente de su prestigio o debilitar su valor económico. Mientras la notoriedad protege la identificación de origen el renombre resguarda el valor intangible y la reputación construida por su titular (Otamendi, 2017).

Otra diferencia funcional importante radica en el alcance del reconocimiento exigido para cada categoría. La notoriedad requiere demostrar que la marca es conocida dentro del sector específico de usuarios o agentes vinculados a los productos o servicios. En cambio, el renombre exige un nivel de conocimiento mucho más amplio que trasciende dicho sector y alcanza a gran parte de la población. Esta alta exigencia justifica que el proceso probatorio para demostrar el renombre sea mucho más riguroso que el requerido para la notoriedad (Fernández Nóvoa, 2001).

Como explica Cedeño Véliz y Vásquez Donoso:

La doctrina y la jurisprudencia nos permiten dilucidar las principales distinciones que poseen las marcas notorias y renombradas. [...] Doctrinariamente, las marcas notorias y las marcas renombradas han sido estudiadas desde diversas dimensiones. Referentes académicos sobre la temática emplean variados criterios para determinar las principales distinciones entre estas. Para el desarrollo del presente subtema, las dimensiones a emplear son las siguientes: alcance o grado de conocimiento, duración del uso, intensidad del uso, extensión geográfica, valoración de la marca, prestigio de la marca y el reconocimiento por autoridad rectora en materia de propiedad intelectual. (Cedeño Véliz & Vásquez Donoso, 2025)

La jurisprudencia andina ha establecido que esta tutela reforzada tiene como fin primordial frenar el aprovechamiento ilegítimo de la reputación de terceros. Las sentencias del Tribunal

de Justicia de la Comunidad Andina enfatizan que el prestigio marcario demanda una protección intensa ante riesgos como la dilución o la pérdida de distintividad. Estos criterios han servido de base para la evolución y consolidación de la figura de la marca renombrada y su régimen de protección específico en el sistema andino.

Mientras la notoriedad garantiza que el consumidor no sea inducido a error sobre el origen el renombre busca proteger el valor económico acumulado. Por ello la distinción funcional resulta indispensable para analizar la excepción al principio de especialidad y los límites necesarios para garantizar la seguridad jurídica en todo el régimen que regula el derecho sobre las marcas a nivel nacional.

2.1.3.3 La necesidad de una categoría autónoma en el sistema andino

El derecho sobre las marcas ha demostrado que existen signos con tal nivel de prestigio que superan la protección de las marcas ordinarias y conocidas. A pesar de esta realidad comercial ni la normativa ecuatoriana el COESCCI, ni la Decisión 486 de la Comunidad Andina regulan expresamente la marca renombrada. El régimen andino solo contempla la figura de la marca notoriamente conocida sin desarrollar normas específicas para aquellas marcas cuyo alcance trasciende el sector comercial pertinente hasta llegar al público en general.

La falta de regulación en este ámbito hizo que la protección de estas marcas dependiera principalmente de la jurisprudencia y los principios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Mediante sus interpretaciones prejudiciales el Tribunal admitió que ciertos signos poseen una reputación tan alta que requieren una protección más intensa. Aunque estas decisiones atienden las necesidades económicas actuales el sistema depende de una interpretación judicial constante y no de una norma expresa que brinde reglas claras para todos los casos (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2007).

En Ecuador esta situación es relevante debido a que el régimen de propiedad industrial depende de la normativa andina. Al existir vacíos en la normativa nacional, las entidades deben refugiarse bajo la Decisión 486 y las interpretaciones del Tribunal de justicia para poder resolver conflictos. Es así como se ha logrado proteger a marcas que, aunque su clasificación como notorias no están reconocidas en la normativa local, tiene en realidad esta condición. El sistema andino interviene llenando esos vacíos que existen en la normativa interna brindando una respuesta ante la falta de regulaciones concretas.

La dependencia de criterios doctrinales genera dudas sobre la seguridad jurídica del sistema. Al no existir una definición normativa precisa los operadores tienen dificultades para establecer los requisitos del renombre y los límites de su protección. Esto impide prever con claridad el alcance de los derechos conferidos y las situaciones donde procede una defensa que supere el principio de especialidad tradicional. La falta de parámetros objetivos complica la actuación de los abogados y jueces (Fernández Nóvoa, 2001).

Ante este escenario parte de la doctrina sugiere reconocer legalmente la marca renombrada dentro del sistema andino. Una regulación específica ayudaría a unificar los criterios de acreditación y definir los efectos jurídicos de esta condición. Así se reducirían las incertidumbres interpretativas y se daría mayor seguridad tanto a los titulares como a los terceros en el mercado. La creación de una categoría autónoma es fundamental para adaptar el derecho sobre las marcas a la realidad comercial moderna (Otamendi, 2017).

Un reconocimiento expreso permitiría armonizar la economía con la ley y establecer cuándo es legítimo extender la protección más allá de los productos registrados. Este punto es clave para aplicar la excepción al principio de especialidad bajo parámetros objetivos que aseguren un equilibrio adecuado en el derecho sobre las marcas a nivel andino y nacional.

2.1.4 El principio de especialidad y su fundamento dogmático

El principio de especialidad es fundamental, dentro del derecho sobre las marcas, porque establece que la protección de un signo no es infinita ni total. Según Fernández Nóvoa es una norma esencial que restringe la protección exclusiva del signo a las clases específicas de servicios o productos registradas según clasificaciones internacionales como la de Niza. Esto posibilita que existan marcas iguales o parecidas en categorías no relacionadas, con el objetivo de evitar monopolios absolutos. Esta evaluación se realiza siempre considerando el riesgo de confusión a través de criterios como la proximidad entre los bienes o servicios involucrados y las similitudes gráficas, conceptuales o fonéticas entre los signos (Fernández Nóvoa, 2001).

El principio busca que la marca cumpla su labor principal de identificar quién fabrica determinado producto. Al limitar la protección a una categoría específica, el sistema asegura que el consumidor no se confunda al elegir lo que necesita. Esta organización permite que el mercado sea ordenado y que cada signo funcione como una huella digital comercial única

en su sector. Sin este principio el comercio sería un caos donde pocos nombres dominarían todas las actividades económicas sin dejar espacio a nuevos emprendedores.

El fundamento de esta disposición radica en alcanzar un equilibrio entre el interés particular y el bienestar colectivo. Si bien el sistema sobre las marcas confiere ciertos privilegios al empresario, también le impone el deber de no obstruir de forma injustificada el ejercicio de otros competidores (Pérez A. , 2026). El principio de especialidad asegura que diversos términos y símbolos permanezcan a disposición común en sectores donde no exista una rivalidad directa. Se trata de un instrumento de justicia que armoniza la propiedad privada con la libertad de empresa y el acceso equitativo al mercado.

Según Peña Pérez:

Conforme la literalidad de esta norma serán denegadas las inscripciones de marcas cuando se pretenda la inscripción de un signo que sea bien idéntico o bien similar al que ya otro, de antemano, tiene inscrito o en trámite de inscripción, siempre y cuando, y así lo establece como condicionante el precepto, se causare un riesgo de confusión o asociación con la marca primeramente inscrita y reconocida, es decir se narra una relación causa efecto: La existencia del signo similar o idéntico a otro (causa) origina el riesgo de asociación o confusión (efecto). (Pérez J. M.)

Esta perspectiva dogmática subraya que el principio de especialidad funciona como un mecanismo de contención frente a registros posteriores que, aun en clases distintas, perjudican al titular originario. De este modo, se asegura una aplicación coherente con la teoría jurídica, la cual prioriza la integridad de los derechos adquiridos y supera las limitaciones reglamentarias que podrían restringir indebidamente la protección.

La especialidad constituye el punto de partida para determinar cuándo un signo merece un tratamiento excepcional debido a su alto reconocimiento. Si bien representa la regla general, el derecho marcario reconoce que ciertos signos poseen una fuerza que desborda estos límites convencionales. Comprender su fundamento permite advertir que la protección ampliada no es arbitraria, sino una respuesta necesaria ante escenarios comerciales extraordinarios, estableciendo la frontera que diferencia la norma general de las excepciones legales.

2.1.4.1 Alcances y límites

El alcance de este principio se define mediante el uso de clasificaciones internacionales, como la de Niza, que agrupa bienes y servicios en categorías técnicas (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Alcances de la Clasificación Internacional de Niza, 2019). Estos

grupos ayudan a determinar hasta dónde llega el brazo protector de la ley para cada registro individual. El titular de una marca sabe que su escudo legal cubre solo el área que ha pagado y declarado ante el Estado. Este ordenamiento técnico es lo que permite que el sistema de propiedad industrial funcione a nivel mundial con criterios parecidos.

El derecho sobre las marcas analiza si los productos de distintas clases están relacionados por su uso o por el público que los compra. Si existe una conexión real que pueda engañar al cliente, la protección puede ir un poco más allá de lo escrito en el documento del registro. Así, el límite de la especialidad se mueve según la realidad de lo que ocurre en los estantes y las tiendas. El manual aplica este criterio específicamente al examen de signos descriptivos en idiomas extranjeros, señalando que “es aplicable a esta disciplina jurídica, el llamado principio de primacía de la realidad” para determinar si un signo es descriptivo según lo que “realmente ocurre en el mercado” (Comunidad Andina).

La norma restringe el registro de términos descriptivos o técnicos que tienden a ser usados por el público en general, impidiendo que se creen monopolios sobre dichos términos. Esto es importante para que los actores dentro del mercado puedan caracterizar sus productos sin tener límites inapropiados. El principio de especialidad es el mecanismo que sirve para clasificar un signo a un área específica. Al resguardar de esta manera el vocabulario general, el sistema previene que la propiedad industrial se convierta en un obstáculo para la innovación comercial o el intercambio cultural (Fernández Nóvoa, 2001).

La aplicación del principio de especialidad está condicionada a la utilización práctica y real del signo en el mercado. Cuando un titular registra su marca para una gran cantidad de actividades, pero solo la utiliza en una, el alcance de su protección podría verse limitado si no la emplea comercialmente en las demás. Esto evita que las empresas aparten nombres sin intención de comercializarlos, lo que perjudicaría a otros competidores honestos.

El límite más drástico del principio de especialidad aparece con las marcas que alcanzan un éxito masivo. Cuando un signo es conocido por casi todas las personas, el límite por clases de productos deja de ser suficiente para protegerlo. En estos casos la ley debe adaptarse para evitar que el prestigio del signo sea dañado en cualquier sector del mercado. De esta manera el alcance de la especialidad termina justo donde empieza la necesidad de proteger un renombre que es valioso para toda la economía.

2.1.4.2 Fundamento de la excepción al principio de especialidad

La base de esta excepción se encuentra en que las marcas con gran fama cumplen tareas que superan la simple identificación de un producto. Según expertos como Otamendi, mientras que una marca común solo sirve para decir quién fabricó algo, la marca de prestigio protege el valor intangible y la reputación que el dueño ha construido con el tiempo (Otamendi, 2017). Es por esto que el derecho sobre las marcas no puede limitarse a proteger el sector de origen, ya que el daño a la imagen del signo puede ocurrir en cualquier parte del comercio. El sistema legal reconoce que este prestigio es un activo con valor propio que flota sobre todo el mercado.

El artículo 226 de la Decisión 486 establece que:

Constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o una reproducción, imitación, traducción o transliteración del signo, susceptibles de crear confusión, en relación con establecimientos, actividades, productos o servicios idénticos o similares a los que se aplique.

También constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o de una reproducción, imitación, traducción o transliteración del signo, aun respecto de establecimientos, actividades, productos o servicios diferentes a los que se aplica el signo notoriamente conocido, o para fines no comerciales, si tal uso pudiese causar alguno de los efectos siguientes:

- a) riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo, o con sus establecimientos, actividades, productos o servicios;
- b) daño económico o comercial injusto al titular del signo por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario del signo; o,
- c) aprovechamiento injusto del prestigio o del renombre del signo.

El uso podrá verificarse a través de cualquier medio de comunicación, incluyendo los electrónicos. (Decisión 486, 2000)

Ciertos signos alcanzan un poder económico tan alto que su influencia se proyecta mucho más allá de su actividad inicial. La ley permite romper la regla de especialidad para evitar que terceros se aprovechen de esa fuerza comercial sin haber invertido en ella. Este amparo no es un regalo para las grandes empresas, sino un premio a la excelencia y a la inversión constante en calidad. Al proteger la marca en sectores distintos, el sistema asegura que la fama del signo no sea utilizada como un imán de ventas por personas ajenas.

La excepción busca cuidar la conexión mental que el público ha desarrollado con el signo a lo largo de los años. Para Otamendi, el renombre es un estado de conocimiento tan profundo que el consumidor ya no necesita ver el producto para confiar en la marca. Si cualquier persona pudiera usar ese nombre en otros negocios, esa confianza se rompería y el valor de la marca se perdería poco a poco (Otamendi, 2017). Sobrepasar el principio de especialidad es un mecanismo para garantizar la integridad de una empresa evitando que esta tenga interferencias que puedan limitar su desarrollo en el mercado.

Esta excepción se justifica por la trascendencia que tiene una marca renombrada la cual se consolida como un signo plenamente reconocido por el público fuera del producto o servicio que ofrece. En este sentido, la protección convencional resulta insuficiente, pues se limita exclusivamente a prevenir el riesgo de confusión entre envases o productos. Esta protección especial mira el riesgo de que el símbolo mismo pierda su brillo y su capacidad de atraer al público por ser único. La meta final es que el esfuerzo del empresario no sea saqueado por competidores que buscan un camino fácil al éxito comercial.

Para Otamendi, el renombre no consiste solo en tener más fama, sino haber logrado una presencia excepcional que vive en la mente colectiva (Otamendi, 2017). Esta realidad obliga a que las normas de justicia se adapten para proteger lo que realmente ocurre en las calles y tiendas. Si el derecho ignorara este fenómeno estaría permitiendo una forma de injusticia donde el trabajo de unos sirve para el lucro de otros. La excepción es un acto de equidad que equilibra la libertad de mercado con el respeto a la propiedad ganada con honestidad.

2.1.4.3 Riesgos asociados

El riesgo de confusión es el peligro más básico y ocurre cuando el comprador adquiere un producto pensando que es el de la marca famosa. Según Alberto Casado Cerviño, el riesgo de confusión debe apreciarse globalmente, teniendo en cuenta todos los factores pertinentes del caso concreto, particularmente el grado de similitud entre los signos, el grado de similitud entre los productos o servicios designados, el carácter distintivo de la marca anterior, los demás elementos pertinentes del caso y, especialmente, el grado de atención del público pertinente (Casado Cerviño, 2003).

En el derecho sobre las marcas, esto daña la confianza del consumidor y afecta directamente las ventas del titular original. Para las marcas de gran prestigio este riesgo es muy alto porque

su nombre es tan potente que el público asume que cualquier cosa con ese signo es de calidad. La ley actúa de inmediato para frenar este engaño y proteger la transparencia del mercado.

Por otro lado, el riesgo de asociación es más delicado: el cliente sabe que las empresas son distintas, pero cree que tienen un vínculo comercial. El consumidor puede pensar que la marca famosa dio un permiso o una licencia para que el tercero use su nombre. Este vínculo falso permite que el imitador se beneficie de la confianza que el público tiene en la marca original. El sistema legal prohíbe esto para evitar que la identidad de una empresa sea manipulada por otros sin autorización.

La dilución es un riesgo específico de las marcas renombradas y consiste en el desgaste de su fuerza para ser única y distintiva (Suñol, 2015). Ocurre cuando el signo se usa en tantos productos diferentes que el público ya no lo asocia con un solo origen de prestigio. Es como si la imagen de la marca se fuera borrando poco a poco por culpa de usos excesivos y mediocres de terceras personas. El derecho sobre las marcas combate la dilución para que el signo no pierda su capacidad de atraer ventas y ser especial.

También existe el peligro de que la marca sufra un daño en su valor comercial o publicitario. La utilización de una marca renombrada por parte de terceros para identificar productos de menor calidad o de carácter vulgar provoca un daño directo en su reputación comercial. Este tipo de afectación no solo golpea la estabilidad económica del titular, sino que desgasta el posicionamiento que el signo ha logrado en la mente de los consumidores. Precisamente para salvaguardar este valor intangible y defender la reputación del signo frente a interferencias externas, el ordenamiento jurídico concede una tutela sustancialmente más amplia que la ordinaria.

Estos escenarios constituyen un peligro constante para la predictibilidad y el correcto desarrollo del régimen de marcas en Ecuador. De no existir mecanismos legales que protejan las marcas frente a los riesgos de confusión y dilución, se anularía el incentivo económico para que las empresas inviertan en el desarrollo de signos distintivos de alto valor. Asimismo, los compradores quedarían desprovistos de un referente de confianza que los oriente en sus decisiones de consumo frente a la oferta masiva del entorno comercial. Por esta razón, detectar y contener dichas amenazas resulta indispensable para garantizar la competencia leal y mantener a las marcas como activos financieros estables.

2.1.4.4 El aprovechamiento parasitario de la reputación de terceros

De acuerdo con el análisis de Aura Suñol, el aprovechamiento parasitario del prestigio, también conocido como *free-riding*, se configura cuando un tercero utiliza un signo idéntico o similar al de una marca con reputación para beneficiarse de su atractivo comercial sin haber contribuido a la construcción de dicho valor. La autora explica que este fenómeno no exige la existencia de riesgo de confusión, ya que su esencia radica en el traslado injustificado del poder de atracción, reputación o prestigio de la marca hacia productos o servicios del imitador. Esta transferencia permite que el tercero obtenga ventajas competitivas inmediatas, sustentadas únicamente en la reputación ajena, lo que revela un desequilibrio entre la inversión sostenida del titular y el beneficio obtenido por el infractor (Suñol, 2015).

El infractor no pretende necesariamente inducir a error al público, sino aprovecharse del poder de atracción que ya posee la marca de prestigio. Se trata de una conducta desleal, pues permite obtener beneficios inmediatos capitalizando el éxito y la inversión que el titular ha consolidado durante años, lo cual constituye una transgresión grave de la ética mercantil.

Este fenómeno resulta nocivo, ya que el agente que incurre en este parasitismo comercial evita asumir los riesgos y los costes inherentes a la creación de una identidad propia. El tercero en cuestión que simplemente copia el signo busca aprovecharse de la publicidad y calidad que el titular le da a su marca renombrada. La intervención del sistema legal ayuda a que estas personas no se lucren del prestigio que ha obtenido la marca.

Una marca no puede destacar dentro del mercado si está sufriendo un aprovechamiento parasitario que la debilita. Cuando el público ve el mismo signo famoso en productos mediocres, la marca pierde su aura de exclusividad y superioridad. Aunque el titular no pierda ventas de inmediato, su activo más valioso, que es su signo, se empieza a desgastar. Es por esto que la protección contra el parasitismo es una defensa preventiva que cuida el futuro económico de la organización (Suñol, 2015).

El derecho sobre las marcas utiliza la excepción a la especialidad para frenar este aprovechamiento en cualquier rincón del comercio. No importa si el imitador vende algo totalmente distinto, lo que se castiga es el intento de robar la buena acogida comercial del signo. Esta tutela asegura que el prestigio siga perteneciendo solo a quien lo ganó con honestidad y excelencia. De esta forma, se garantiza que las reglas sean iguales para todas las personas que quieran registrar una marca.

2.1.4.5 Efectos jurídicos de la protección reforzada

El efecto jurídico más importante de esta protección es que el titular puede prohibir el uso de su marca en cualquier clase de producto (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). A pesar de la clasificación de Niza sobre las marcas, sin importar el sector o categoría del producto, el propietario de una marca reconocida o renombrada tiene un mayor beneficio legal al desvincular la necesidad de que exista una rivalidad directa entre el signo protegido y el tercero que busca aprovecharse, estableciendo una protección más amplia que puede anular un uso ajeno del símbolo.

Ante cualquier intento de dilución o apropiación indebida, el titular tiene la facultad de poder impedir el registro de un signo similar antes de que sea efectivo. El SENADI en Ecuador es la institución encargada de negar el registro a un tercero si se observa un riesgo que pueda afectar a una marca renombrada (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Con esto se evita que se generen marcas que causen conflicto dentro del mercado que después sean difíciles de retirar. Por esto el sistema ahorra tiempo y juicios, manteniendo la limpieza y claridad del registro nacional de marcas.

La protección reforzada otorga una ventaja procesal enorme al momento de presentar pruebas en un juicio. En muchos casos, no hace falta demostrar que se está causando confusión en el consumidor; basta con probar que la marca es famosa y que se está dañando su imagen (Mendoza, 2006). Esto facilita que las empresas de prestigio defiendan sus activos de manera más rápida y efectiva ante los tribunales. El efecto es una justicia más ágil para quienes han consolidado un nombre de alto valor en la sociedad.

Esta protección convierte a la marca en un bien jurídico independiente que recibe cuidados especiales contra la dilución (Otamendi, 2017). El efecto legal es que el signo es tratado como un patrimonio que no debe ser desgastado ni maltratado por otros. Esto permite que el titular tome acciones legales incluso contra usos que no tienen fines comerciales, si estos afectan su reputación. Es una de las defensas más fuertes que existen en todo el sistema de propiedad intelectual moderno.

Estos efectos jurídicos generan un clima de confianza para las inversiones nacionales y extranjeras en Ecuador. Las empresas saben que, si logran construir una marca de renombre, el Estado les dará las herramientas para protegerla totalmente. Esta seguridad jurídica es vital para el crecimiento económico pues asegura que los derechos ganados sean respetados con

firmeza. De esta manera, el derecho sobre las marcas cumple su misión de ser un pilar para el desarrollo y la justicia comercial.

2.1.5 La interpretación prejudicial en el sistema andino

La interpretación prejudicial es el mecanismo de colaboración más importante entre los jueces de Ecuador y el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Su objetivo principal es que las leyes de propiedad industrial tengan un solo significado en todos los países de la región (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2007). Para evitar que se cause un desorden legal o que cada autoridad interprete la norma de una manera diferente. De esta forma, el derecho sobre las marcas cuenta con una base sólida que garantiza que las reglas sean las mismas para todos.

El Tribunal Andino actúa como la autoridad suprema encargada de aclarar el sentido de las normas comunitarias antes de que se dicte una sentencia final en el país. Esta tarea es esencial para otorgarle coherencia y previsibilidad al sistema judicial, dos elementos que los operadores económicos necesitan. Al establecerse un criterio uniforme por parte del tribunal se fortalece la seguridad jurídica sobre la propiedad industrial, promoviendo las inversiones y la creatividad en el régimen ecuatoriano.

Las interpretaciones son vinculantes y obligatorias para todos los jueces nacionales. Luego de que el Tribunal emite una interpretación las demás autoridades nacionales están obligadas a aplicarlas con preferencia sobre otras normas internas. No se trata de simples consejos, sino de verdaderas fuentes de derecho que los jueces deben seguir estrictamente. Esta fuerza legal hace que el derecho sobre las marcas se aplique con un enfoque regional que protege los activos intangibles con mayor eficacia.

Como señala Tangarife Torres, "Las interpretaciones prejudiciales del TJCA constituyen jurisprudencia comunitaria vinculante que integra el ordenamiento jurídico andino y prevalece sobre las normas internas de los Estados miembros en virtud del principio de primacía del derecho comunitario" (Tangarife Torres, 2020).

Además, la interpretación prejudicial es la herramienta principal para solucionar la falta de reglas escritas en temas complejos. Como la Decisión 486 no contiene normas detalladas sobre la marca renombrada, el Tribunal utiliza sus fallos para crear la protección necesaria. De este modo, la jurisprudencia se convierte en el pilar que sostiene la defensa de los signos

que tienen una fama sobresaliente en el mercado. Sin este mecanismo muchos de los derechos actuales de las marcas famosas en Ecuador no tendrían un respaldo claro.

Bajo el principio de justicia, las interpretaciones prejudiciales dan el sentido preciso que debía tener la norma que no ha quedado clara; esto no constituye la creación de una nueva norma, sino la aclaración de la finalidad de las que están vigentes. Con esta labor, el tribunal garantiza la transparencia y la equidad que deben existir en el mercado, facilitando que los titulares comprendan la protección que obtiene su marca.

2.1.5.1 La función prejudicial típica y el llenado de lagunas normativas

El derecho sobre las marcas en la región Andina enfrenta un reto importante por los vacíos que existen en sus leyes escritas. La Decisión 486, que es la norma principal, no contiene reglas específicas para proteger a la marca renombrada. Mientras que la marca conocida sí está detallada, el signo de mayor prestigio no fue incluido formalmente en el texto. Esta falta de normas directas genera una zona de duda que podría afectar a los dueños de marcas famosas.

(Haro Bravo, 2019, pág. 9) subraya que la notoriedad y el renombre implican un grado de conocimiento generalizado que exige mecanismos de tutela más amplios, al margen de la especialidad de los productos o servicios. Este comentario pone énfasis en que el valor de estas marcas manifiesta la necesidad de protecciones legales adicionales, ya que su reconocimiento general las haría blanco fácil para un uso indebido. Sin embargo, al no existir normativa expresa dentro de la Decisión 486 sobre el tratamiento de estas marcas, se dejan interrogantes sobre sus límites y su modo de operar.

Las interpretaciones prejudiciales trabajan como esa herramienta para solucionar las lagunas que pueden existir en la norma. El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA) utiliza sus fallos para crear las reglas que faltan en la normativa. Mediante estas sentencias, se han definido los conceptos y los límites de defensa para los signos de alto prestigio. La jurisprudencia actúa como una norma de apoyo que da respuestas donde la ley guarda silencio. De esta forma, el sistema Andino logra adaptarse a la realidad.

Este proceso de llenado de vacíos es fundamental para que el derecho sobre las marcas no se quede estancado. El Tribunal debe actuar con ingenio para cuidar la reputación de los negocios. A través de las consultas, se han ido construyendo los derechos que hoy tienen las marcas globales en el territorio ecuatoriano. Sin esta labor judicial, las marcas más valiosas

en Ecuador estarían desprotegidas frente a usos abusivos. Es aquí donde la interpretación prejudicial se convierte en un pilar de protección.

No obstante, la dependencia de estas decisiones también plantea desafíos para la claridad del sistema legal. Al no existir una norma escrita y fija, la defensa de las marcas depende en gran medida de la opinión cambiante de los jueces. Aunque el Tribunal ha sido coherente, la falta de una categoría autónoma en la ley sigue causando incertidumbre. Los abogados y empresarios deben estudiar los fallos anteriores para saber cómo actuar con seguridad. Ante estas situaciones, el llenado de lagunas es una solución práctica, pero evidencia la necesidad de una reforma.

El Tribunal Andino ha sabido suplir la falta de leyes mediante una labor interpretativa muy activa. Ha tomado ideas de expertos internacionales para dar forma a la marca renombrada en nuestra región. Esta construcción ha permitido que el derecho sobre las marcas en Ecuador sea competitivo y moderno. Mediante este mecanismo, se cuida el prestigio de los mejores signos sin esperar cambios legales lentos. Es una justicia que camina junto a la economía de los países socios.

2.1.5.2 El acto aclarado en la jurisprudencia comunitaria

Dentro del sistema de justicia andino, existe la figura del acto aclarado, que simplifica el trabajo de los tribunales. Esta situación ocurre cuando el Tribunal considera que un tema ya ha sido resuelto y explicado en fallos previos. En estos casos, el órgano judicial no busca crear teorías nuevas, sino confirmar que su postura es firme y constante. Esto otorga un respaldo institucional definitivo a sus pronunciamientos anteriores respecto al derecho sobre las marcas.

La importancia del acto aclarado radica en que fortalece la seguridad jurídica de todos los participantes. Cuando los usuarios del sistema saben que el criterio judicial no va a cambiar de manera imprevista, pueden planear mejor sus actividades comerciales. El derecho sobre las marcas se vuelve un terreno seguro donde las reglas son conocidas por todos de antemano. Esta figura impide que la justicia sea percibida como arbitraria o que dependa de la discrecionalidad subjetiva del juzgador. En definitiva, un sistema predecible es un sistema más justo y eficiente.

La doctrina define esta figura como una herramienta de simplificación procesal que evita consultas innecesarias sobre temas ya decididos. Según los registros académicos, este mecanismo se entiende como “la excepción a la consulta prejudicial en el supuesto de que exista una jurisprudencia previa del Tribunal de Justicia aplicable al caso de autos en virtud de la similitud de los hechos y el derecho aplicable” (García, 2024). Con el fin de lograr una defensa firme y técnica para las marcas de renombre los jueces pueden aplicar de forma directa el criterio que se ha emitido en las interpretaciones prejudiciales.

Al tener una base sólida y alineada con los estándares del Tribunal Andino, la gestión del SENADI al emitir resoluciones se vuelve más rápida, eficiente y rigurosa al solucionar conflictos. No hace falta volver a analizar desde cero qué es una marca renombrada si ya existe un bloque de fallos que lo explica. Esto ahorra tiempo y recursos tanto al Estado como a los dueños de las empresas.

Si el criterio judicial es firme y no existen motivos para variarlo, la repetición del trámite carece de lógica jurídica. En este sentido, la normativa comunitaria señala que “cuando el TJCA ya ha interpretado una norma comunitaria y no existen razones para que el criterio cambie, carecerá de sentido solicitar una nueva interpretación” (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Brochure informativo Acto Aclarado, 2024). Esta lógica de economía procesal es la que sostiene la confianza de los titulares de signos distintivos.

Esta figura evidencia la madurez del derecho sobre las marcas en la Comunidad Andina. Asimismo, demuestra que el sistema ha logrado crear una doctrina propia que es respetada por todos los países miembros. El acto aclarado es el sello de aprobación para una construcción jurídica cuya consolidación ha tomado décadas. De esta forma, la marca renombrada tiene hoy un lugar seguro en la justicia ecuatoriana.

2.1.5.3. Construcción jurisprudencial y requisitos de procedencia

La figura de la marca renombrada ha sido construida paso a paso por las decisiones del Tribunal Andino. El Tribunal determinó que existen marcas cuyo prestigio es tan inmenso que superan cualquier frontera comercial. Desde ese momento, la jurisprudencia empezó a separar a la marca de gran fama de la marca simplemente conocida. Esta evolución ha permitido que el derecho sobre las marcas sea más equilibrado.

El Tribunal establece una línea divisoria de acuerdo con el estatus del signo al examinar los requisitos de procedencia. A diferencia de las marcas simplemente conocidas, que requieren

demostrar un riesgo de daño concreto, las famosas gozan de una presunción de afectación por su propia naturaleza, liberando al propietario de tener que probar perjuicios específicos (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2007). Según los fallos, la protección completa resulta ser una consecuencia casi instantánea de haber logrado un prestigio destacado. Este mecanismo pretende que las marcas más reconocidas no se vean ante barreras desmedidas.

Sin embargo, esta falta de requisitos objetivos es el punto más débil de la doctrina judicial actual. Aunque se reconoce que el renombre da mayor poder, no existe una regla que determine cuántas ventas o cuánta fama se necesitan exactamente. El Tribunal usa palabras generales como “elevada dosis de prestigio”, pero no fija umbrales técnicos que se puedan medir. Esto genera una zona de incertidumbre donde todo depende de la valoración subjetiva del juez. Así, la ausencia de directrices definidas continúa siendo un desafío para la protección legal.

En la práctica, la identidad de una marca reconocida depende más de las decisiones de los jueces que de las normas creadas por los legisladores. El Tribunal ha logrado entender la dinámica de los mercados actuales, donde la reputación tiene un valor intrínseco. Pese a que todavía hay aspectos técnicos ausentes en la legislación, el proceso judicial ha proporcionado un marco coherente a este fenómeno. Esta labor garantiza que la reputación comercial sea considerada un recurso valioso en todo el territorio ecuatoriano. Por lo tanto, la jurisprudencia es la verdadera base de este régimen de protección reforzada.

2.1.5.4 La prueba objetiva y cuantificable

La prueba en el derecho sobre las marcas ha cambiado drásticamente para los signos con éxito masivo. Tradicionalmente, la fama de un nombre comercial no se presume y debe ser demostrada con datos reales. El dueño de una marca conocida tiene que presentar facturas y reportes de publicidad para ganar su caso. Sin embargo, para la marca renombrada, el Tribunal Andino decidió que su fama es tan obvia que no requiere prueba (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2007). Esta condición facilita de manera significativa la defensa legal de las compañías más reconocidas.

Esta facilidad procesal se basa en la figura jurídica conocida como hecho notorio. Esto significa que el conocimiento de la marca es tan profundo que el juez puede aceptarlo de oficio. No hace falta llevar expertos para convencer a la autoridad de que nombres famosos

mundialmente son conocidos por todos. El renombre se considera una verdad tan clara que no necesita ser comprobada con documentos adicionales. Por tal motivo, el titular de un signo renombrado actúa con mayor rapidez en los juicios.

Es fundamental comprender que esta dispensa de prueba es lo que separa a la marca renombrada de la notoria. Mientras que la notoriedad exige cumplir con requisitos estrictos de la Decisión 486, el renombre es general (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Para el Tribunal, si casi cualquier ciudadano reconoce el signo, no tiene sentido pedir pruebas de su fama. Esta diferencia otorga una ventaja competitiva muy potente a los signos que dominan la mente colectiva. De este modo, el derecho sobre las marcas premia el esfuerzo empresarial excepcional.

Sin embargo, esta falta de exigencia probatoria también genera debates sobre la firmeza del sistema. Al no existir una norma que determine cuándo una marca constituye un hecho notorio, todo queda a juicio de la autoridad. Se han usado frases como “prestigio cualificado” para justificar este trato preferente sin evidencias técnicas. Esto podría causar que algunas marcas reciban beneficios sin que exista una justificación objetiva.

La prueba para las marcas de gran renombre ha pasado de ser una carga a ser una presunción. Esta visión permite que la justicia Andina proteja los activos más valiosos de forma ágil y eficiente. Al elevar el renombre a la categoría de hecho notorio, se reconoce que el éxito es una realidad social innegable. El derecho sobre las marcas en Ecuador se beneficia de esta agilidad para evitar engaños al consumidor. Así, la fama se convierte en la mejor herramienta para preservar la identidad de un negocio.

2.1.6 Seguridad jurídica y previsibilidad interpretativa

La seguridad jurídica es uno de los principios esenciales del Estado de Derecho, pues permite que las personas conozcan de antemano las consecuencias legales de sus actos y actúen con confianza dentro del marco normativo vigente. La seguridad jurídica es la expectativa razonablemente fundada de las personas en saber cuál ha de ser la actuación del poder en aplicación del Derecho (Ávila Santamaría, 2012). Tanto los propietarios de las marcas como otros representantes del mercado necesitan reglas precisas que les faciliten entender con claridad el alcance de sus derechos y responsabilidades.

En Ecuador, la seguridad jurídica está consagrada en la Constitución de la República, la cual establece que este principio se fundamenta en la vigencia de normas previas, claras, públicas

y cuya aplicación recae en las autoridades competentes (Constitución de la República del Ecuador, 2008). Para poder preservar la confianza de los titulares de signos dentro del mercado, se debe priorizar el principio de seguridad jurídica; esto implica no solo garantizar la vigencia de la norma, sino también asegurar que su aplicación e interpretación no estén sujetas a variaciones constantes. De este modo, se garantiza que el sistema legal se fundamente en estándares objetivos, protegiendo a los titulares frente a cualquier arbitrariedad.

La protección que se les da a las marcas renombradas presenta retos importantes que intervienen en la consolidación de si el principio de seguridad jurídica se está cumpliendo correctamente. Esto se debe a que esta figura no se encuentra expresamente regulada ni en la normativa ecuatoriana ni en la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Aunque el régimen Andino reconoce la protección de las marcas notoriamente conocidas, el concepto de marca renombrada ha sido desarrollado principalmente por la doctrina y la jurisprudencia. Como resultado, muchos de los criterios utilizados para determinar la existencia del renombre provienen de interpretaciones jurídicas más que de disposiciones normativas específicas.

No se puede determinar la solidez y uniformidad de las interpretaciones prejudiciales si la construcción de las misma es desarrollada por el criterio que emite el juez sobre la norma. Para garantizar la existencia de la seguridad jurídica, la norma debe ser clara con la definición de renombre y las condiciones que le permiten gozar de una mayor protección que la normal.

En el caso ecuatoriano, este análisis adquiere una relevancia particular debido a que las decisiones del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y de los órganos jurisdiccionales deben observar las interpretaciones prejudiciales emitidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Aunque este mecanismo contribuye a la uniformidad del sistema comunitario, también plantea la necesidad de verificar si los criterios desarrollados por la jurisprudencia son lo suficientemente precisos para orientar la actuación de las autoridades nacionales y brindar certeza a quienes participan en el mercado.

Por lo tanto, analizar la seguridad jurídica en el ámbito de las marcas renombradas significa ir mucho más allá de simplemente contar con protecciones mejoradas. Es crucial interrogar la estabilidad, la previsibilidad y la coherencia de los criterios técnicos empleados para certificar esta condición, además para hacer excepciones al principio de especialidad. Este

examen exhaustivo es el único medio para determinar si el sistema presente alcanza un verdadero equilibrio entre la protección de los derechos sobre las marcas y la seguridad que exige la legislación ecuatoriana.

2.1.6.1 Coherencia, estabilidad y predictibilidad

La seguridad jurídica requiere que las normas y los criterios aplicados por las autoridades mantengan coherencia, estabilidad y previsibilidad. Estos elementos permiten que las personas conozcan de forma anticipada las consecuencias de sus actos y desarrollen sus actividades con confianza dentro del ordenamiento jurídico. En el ámbito de la propiedad intelectual, esta exigencia adquiere una especial relevancia debido a que las decisiones relacionadas con las marcas pueden influir directamente en la actividad económica, la competencia y las inversiones realizadas por sus titulares (Ávila Santamaría, 2012).

Dentro de la Comunidad Andina, la uniformidad en la aplicación de la normativa sobre las marcas se ha fortalecido mediante la labor interpretativa del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. A través de las interpretaciones prejudiciales, este órgano busca que las disposiciones de la Decisión 486 sean aplicadas de manera uniforme en los países miembros (Acuerdo de Cartagena, 1996). Gracias a este mecanismo, se han desarrollado criterios comunes sobre la protección de las marcas notoriamente conocidas y sobre determinadas formas de tutela reforzada reconocidas dentro del régimen comunitario.

A pesar de que el Tribunal ha señalado aspectos esenciales del renombre, la falta de una definición normativa integral demanda una revisión continua de los casos, lo que deja abiertas numerosas cuestiones relevantes a la interpretación de cada situación particular. La carencia de una regulación concreta en la Decisión 486 ha condicionado el desarrollo de las marcas reconocidas a las decisiones emitidas por el sistema judicial Andino, lo que ha generado obstáculos fundamentales para su regulación legal. Esta circunstancia puede generar dificultades al momento de determinar con anticipación los requisitos necesarios para acceder a una protección más amplia.

En el contexto ecuatoriano, la predictibilidad resulta especialmente importante para las actuaciones del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y de los órganos jurisdiccionales que conocen controversias relacionadas con las marcas. Los titulares de derechos, los solicitantes de registros y los demás actores del mercado necesitan contar con criterios claros que les permitan comprender cuándo una marca puede ser considerada

renombrada y en qué situaciones resulta procedente una excepción al principio de especialidad. La ausencia de parámetros claramente definidos puede dar lugar a interpretaciones distintas y a resultados menos previsibles.

A pesar de esto, debe reconocerse que la jurisprudencia Andina ha contribuido de manera significativa a reducir la incertidumbre existente en esta materia. Con el paso del tiempo, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha desarrollado criterios relativamente uniformes relacionados con la difusión, el prestigio, la distintividad y el aprovechamiento indebido de signos ampliamente reconocidos. Estos criterios han servido como guía para las entidades nacionales y han fomentado que las normas comunitarias sobre marcas se apliquen de manera más uniforme.

En la actualidad, la fortaleza del régimen de marcas renombradas se basa en el equilibrio entre las normas comunitarias y la labor interpretativa del Tribunal Andino. A pesar de que este ejercicio ha proporcionado al sistema una mayor uniformidad, la ausencia de una regulación detallada y rigurosa continúa generando incertidumbre acerca de los requisitos, límites y alcances específicos de esta protección excepcional. Por esta razón, continúa siendo relevante el debate sobre la necesidad de establecer criterios más precisos que refuercen la seguridad jurídica dentro del sistema ecuatoriano de propiedad intelectual.

2.1.6.2 La propiedad intelectual y los límites a la protección reforzada

La protección reforzada de las marcas renombradas surge como un mecanismo destinado a resguardar aquellos signos que han alcanzado un elevado nivel de prestigio y reconocimiento en el mercado. Esta protección no puede considerarse ilimitada ya que debe coexistir con otros principios fundamentales de la propiedad intelectual, entre ellos, la libre competencia, la seguridad jurídica y la igualdad de oportunidades dentro del mercado. Los derechos de propiedad industrial no son derechos absolutos, sino facultades jurídicas sometidas a límites derivados de su función económica y social (Bercovitz, 2015).

Uno de los principales límites de esta protección consiste en evitar que el renombre de una marca otorgue a su titular un control excesivo sobre signos o actividades económicas que no guardan una relación razonable con el ámbito de protección que justifica dicho reconocimiento. Aunque la excepción al principio de especialidad permite extender la tutela a productos o servicios distintos de aquellos para los que la marca fue registrada, esta ampliación debe sustentarse en la existencia de riesgos reales de dilución, aprovechamiento

indebido del prestigio o afectación de la capacidad distintiva del signo. De lo contrario, la protección podría convertirse en una restricción injustificada para otros participantes del mercado (Fernández Nóvoa, 2001).

Según la Decisión 486 de la Comunidad Andina, es necesario que la protección marcaria se ajuste a las dinámicas del mercado, subordinando la protección de los signos altamente reconocidos a los principios de razonabilidad y proporcionalidad (Comisión de la Comunidad Andina, 2000). Por ende, para extender esta protección excepcional es necesario contar con criterios objetivos que confirmen la presencia de un interés legítimo merecedor de tal salvaguarda.

En Ecuador, la urgencia de definir fronteras precisas cobra una importancia especial, ya que el concepto de marca renombrada no está claramente regulado por las leyes actuales. Varios de los estándares sobre el grado de su protección han sido articulados por las decisiones del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Aunque esta función ha facilitado respuestas a las demandas del comercio contemporáneo, también resalta la necesidad de tener directrices exactas que prevengan resoluciones demasiado amplias o limitantes y que ayuden a reforzar la certidumbre legal.

La protección reforzada debe armonizarse con los intereses generales que persigue el sistema de propiedad intelectual. La función de las marcas no se limita a proteger las inversiones realizadas por sus titulares, sino que también busca facilitar la identificación del origen empresarial de los productos y servicios, promover la competencia leal y brindar información clara a los consumidores. Cualquier extensión excepcional de los derechos sobre las marcas debe aplicarse con la debida prudencia, a fin de evitar que la protección del prestigio empresarial menoscabe, de manera injustificada, la dinámica competitiva del mercado (Bercovitz, 2015).

Para poder tener un equilibrio en el sistema legal es importante tener ciertas restricciones en la aplicación de la protección reforzada, si bien es importante proteger a las marcas renombradas del uso indebido y aprovechamiento de su prestigio por terceros, esta protección debería basarse en normas claras, equitativas y que sean predecibles. Es de esta manera que puede fortalecerse la legitimidad del sistema de protección dentro del marco legal ecuatoriano otorgándole concordancia al titular entre sus derechos, la libre competencia y el principio de seguridad jurídica.

2.2 Marco legal

2.2.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador, en vigor desde el 2008, representa la norma más elevada del sistema jurídico ecuatoriano y ofrece el fundamento estructural, político y ético del Estado. Su contenido se distingue por un enfoque que promueve derechos, reconociendo a Ecuador como un Estado de derechos constitucionales y justicia, priorizando la dignidad de las personas, la igualdad efectiva y la participación de los ciudadanos. Asimismo, esta perspectiva introduce un enfoque innovador al reconocer al país como un Estado plurinacional e intercultural, valorando la diversidad étnica, cultural y lingüística como elementos constitutivos de la identidad nacional.

De igual manera, se establece el mandato de que toda actuación, tanto pública como privada, debe ceñirse rigurosamente a los principios constitucionales. La supremacía de la norma fundamental se garantiza mediante mecanismos jurisdiccionales como la acción pública de inconstitucionalidad y la acción de protección, entre otros. De este modo, la Constitución de 2008 trasciende la mera organización del aparato estatal para redefinir la interacción entre las instituciones, la ciudadanía y la naturaleza, bajo un paradigma orientado hacia la justicia, la igualdad y la sostenibilidad.

El artículo 66 numeral 26 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza:

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: ...

26. El derecho a la propiedad en todas sus formas, con función y responsabilidad social y ambiental.

El derecho al acceso a la propiedad se hará efectivo con la adopción de políticas públicas, entre otras medidas. (pág. 33)

El artículo 76, numeral 6 de la CRE menciona:

Art. 76.- En todo proceso en el que se determinen derechos y obligaciones de cualquier orden, se asegurará el derecho al debido proceso que incluirá las siguientes garantías básicas: ...

6. La ley establecerá la debida proporcionalidad entre las infracciones y las sanciones penales, administrativas o de otra naturaleza. (pág. 37)

El artículo 82 de la CRE dispone:

Art. 82.- El derecho a la seguridad jurídica se fundamenta en el respeto a la Constitución y en la existencia de normas jurídicas previas, claras, públicas y aplicadas por las autoridades competentes (pág. 41).

El artículo 322 de la CRE establece que:

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias,

tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad. (pág. 161)

Estos artículos del CRE establecen el fundamento que tiene el sistema legal para la defensa de las marcas en Ecuador. La propiedad intelectual, que incluye el derecho sobre marcas, recibe un estatus en la constitución, aunque con restricciones claras: la utilización de este derecho debe alinearse con el bienestar social y la estabilidad legal.

Desde una perspectiva finalista, la protección de las marcas reconocidas y la excepción que obtienen sobre el principio de especialidad deben ir más allá de solo el beneficio exclusivo del que goza el titular, pues debe existir el interés público de promover la creatividad, la innovación y la libre competencia desde una visión justa para cada participante que hay dentro del mercado.

La seguridad jurídica impone la existencia de interpretaciones que sean coherentes y predecibles. Estas interpretaciones o criterios emitidos son los que deben implementar el SENADI y la Corte Nacional de Justicia para el desarrollo o actualización de las normas en la definición que se les da a las marcas renombradas y los requisitos que les permiten obtener una protección más amplia que la de la clase por la que fueron registradas, evitando que exista arbitrariedad o contradicción al momento de resolver conflictos.

El no tener un criterio claro sobre como probar el renombre de una marca hace que los fallos judiciales y administrativos del Ecuador sean todos diferentes, lo que debilita la seguridad jurídica. Es aquí donde se debería establecer una línea jurisprudencial coherente que logre equilibrar la protección de estas marcas con la necesidad de tener una certeza legal.

Desde el enfoque constitucionalista, el derecho de propiedad intelectual no debe considerarse un derecho absoluto. El artículo 322 de la Constitución, al hacer referencia a la función social de la propiedad, encomienda al Estado el deber de balancear los intereses privados con los requerimientos de justicia económica, equidad y desarrollo sostenible.

El principio de proporcionalidad establece, además, que cualquier limitación a los derechos de otros tiene que ser estrictamente necesaria y razonable. Para las marcas de renombre, la excepción al principio de especialidad necesita estar sujeta a un riguroso juicio de proporcionalidad, solamente se considera legítimo su uso en el caso de que el uso por otros dañe significativamente la reputación del signo o implique un peligro inminente de dilución.

En última instancia, desde una perspectiva filosófico-jurídica, el derecho no debe metamorfosearse en un instrumento de exclusión simbólica. Las marcas famosas simbolizan poder tanto económico como cultural; por ende, el Estado debe asegurarse de que su protección no dé lugar a monopolios simbólicos que vayan en contra del pluralismo económico.

2.2.2 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación

El 9 de diciembre de 2016, el Registro Oficial Suplemento No. 899 publicó el Código Orgánico de la Economía Social del Conocimiento, Creatividad e Innovación. Fue el resultado de un largo debate legislativo que comenzó en 2011 y se distinguió por su carácter participativo, que incluyó a la academia, las áreas productivas y la sociedad civil. Este cuerpo legal eliminó la Ley de Propiedad Intelectual de 1998, en cumplimiento con el mandato constitucional del 2008 y con la finalidad de avanzar hacia una economía del conocimiento que sea inclusiva, que cuide la biodiversidad ante la biopiratería y que aprecie los conocimientos ancestrales. Su promulgación respondió a las asimetrías existentes en el sistema global de propiedad intelectual, promoviendo el acceso público y la equidad social, en consonancia con agendas de soberanía y desarrollo nacional.

En este marco, el Capítulo VI del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación establece la regulación normativa integral que rige la materia sobre las marcas en el Ecuador.

El artículo 367, numerales 5 y 6 del COESCCI indican de manera textual lo siguiente:

Artículo 367.- Derechos conferidos por el registro de marca. - La adquisición de la marca confiere a su titular el derecho a impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos:...

5.- Usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiera 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; y, (pág. 67)

6.- 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. (pág. 67)

El artículo 459 del COESCCI menciona lo siguiente:

Art. 459.- Definición.- Se entenderá por signo distintivo notoriamente conocido el que fuere reconocido como tal en el país o en cualquier país miembro del Convenio de París, ADPIC, o con el

que el Ecuador mantenga tratados en materia de propiedad industrial por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido. (pág. 76)

Las marcas notoriamente reconocidas obtienen una salvaguarda extensiva que excede la categoría para la que fueron registradas, facilitando la prohibición del uso de símbolos que sean iguales o parecidos en relación con cualquier bien, servicio o incluso aplicaciones no comerciales cuando exista la posibilidad de dilución, perjuicio económico o explotación indebida. Esta protección especial infringe el principio de especialidad y proporciona a estas marcas una protección que más allá, destinada a mantener su singularidad, prestigio y valor de en el mercado.

Con el objetivo legal de evitar que la reputación de una marca reconocida sea mal utilizada en mercados no relacionados y así proteger su valor simbólico, estas disposiciones establecen la protección extraclase. Sin embargo, este marco normativo no incluye criterios técnicos para determinar el renombre o el límite de afectación a la reputación que se necesita para activar la excepción. Desde esta perspectiva, esa indeterminación legal posibilita una aplicación asimétrica; a pesar de que el COESCI transfiere al SENADI la evaluación del renombre, lo hace sin ofrecer directrices técnicas estandarizadas.

El problema se da al tener una idea demasiado amplia de lo que implica el renombre, lo que podría beneficiar de forma desmesurada a grandes corporaciones multinacionales, limitando a compañías locales pequeñas. Los artículos 367 y 459 del COESCI se interpretan de forma que la excepción debe ejecutarse de manera restrictiva, solamente en caso de que exista evidencia fehaciente de dilución o uso inapropiado de la marca, no solo por el impacto que tiene el signo o por la notoriedad del mismo. Asimismo, el COESCI debe ser comprendido en consonancia con los principios constitucionales de equidad y función social.

2.2.3 Decisión 486 de la Comunidad Andina

Aprobada el 14 de septiembre de 2000 en Lima por la Comisión de la Comunidad Andina, esta Decisión sustituyó a la Decisión 344 tras un proceso de armonización iniciado en 1996, con 14 reuniones de expertos gubernamentales y dos de alternos. Motivada por la adhesión de los países andinos al Acuerdo sobre los ADPIC y la necesidad de unificar estándares de propiedad industrial en un contexto de integración regional post-crisis asiática, incorporó avances en observancia de derechos y competencia desleal. La Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, es el principal cuerpo normativo supranacional aplicable en Ecuador.

En su artículo 136 literal h) la Decisión 486 dispone:

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

h) constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario. (pág. 35)

El artículo 155 literal d) de la Decisión 486 menciona:

Artículo 155.- El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos: ...

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; (pág. 39)

El artículo 226 de la Decisión 486 establece:

Artículo 226.- Constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o una reproducción, imitación, traducción o transliteración del signo, susceptibles de crear confusión, en relación con establecimientos, actividades, productos o servicios idénticos o similares a los que se aplique.

También constituirá uso no autorizado del signo distintivo notoriamente conocido el uso del mismo en su totalidad o en una parte esencial, o de una reproducción, imitación, traducción o transliteración del signo, aun respecto de establecimientos, actividades, productos o servicios diferentes a los que se aplica el signo notoriamente conocido, o para fines no comerciales, si tal uso pudiese causar alguno de los efectos siguientes:

a) riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo, o con sus establecimientos, actividades, productos o servicios;

b) daño económico o comercial injusto al titular del signo por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario del signo; o,

c) aprovechamiento injusto del prestigio o del renombre del signo.

El uso podrá verificarse a través de cualquier medio de comunicación, incluyendo los electrónicos. (pág. 52)

Estos artículos son pilares normativos directos de la excepción al principio de especialidad, ya que eliminan la restricción clases para marcas notoriamente conocidas o renombradas, extendiendo la protección a cualquier clase o incluso a productos/servicios no similares. El artículo 136, h) establece una causal absoluta de irregistrabilidad para signos que imiten marcas. El artículo 155, literal d), complementa esta normativa al otorgarle al propietario un derecho exclusivo de oponerse a la utilización del signo, incluso en sectores distintos a su ámbito de registro, siempre que haya una amenaza de dilución o de uso ilícito del prestigio del signo protegido.

Estos preceptos funcionan en conjunto con el artículo 226, el cual es un elemento fundamental y establece de forma explícita la excepción al principio de especialidad. Siempre que se demuestre que existe el riesgo de confusión, dilución o aprovechamiento indebido del prestigio ajeno, este artículo amplía la protección de las marcas notoriamente conocidas a cualquier tipo de servicio, producto o incluso uso no comercial.

La legislación en vigor reconoce la reputación de la marca y la necesidad imperativa de protegerlo frente a la deterioración de su valor distintivo. Partiendo de esta premisa, la Decisión 486, acorde con el marco internacional, promueve que la marca sea un derecho independiente. La protección extraclase es una clara excepción al principio de especialidad; esta protección no recae solo en la naturaleza del producto o servicio para el que fue registrada la marca, sino que es una extensión del signo sobre su fuerza de distinción que va más allá de su origen registral.

Aunque la aplicación de la Decisión 486 se haya alineado a estándares internacionales, sus artículos no establecen criterios autónomos del renombre. Esta protección podría beneficiar de forma excesiva a grandes empresas multinacionales, limitando injustamente el acceso de los participantes locales al mercado. Por ende, la interpretación de este reglamento debe estar orientada por el mandato constitucional de la función social de la propiedad intelectual, actuando como un firme contrapeso entre el derecho exclusivo del propietario y la libertad empresarial.

Jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

Proceso (154-IP-2006)

La demanda ante el Consejo de Estado colombiano fue iniciada por BURGER KING CORPORATION contra la Superintendencia de Industria y Comercio, después de que se aprobara el registro de la marca mixta SUPPER KING para servicios de restaurantes (clase 43). Burger King cuestionó esa decisión, argumentando que existía un peligro de confusión y asociación con sus marcas previamente registradas. La parte demandante sustentó su oposición en la notoriedad de la marca BURGER KING y en el uso inadecuado del término KING, considerándolo el elemento más relevante de la marca en dilema, por lo que solicitó la salvaguarda de su reputación frente a la nueva marca (TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA, 2006).

El Tribunal expresa sobre las marcas renombradas, determinando que se debe tener una impresión general al analizar el riesgo de confusión desde una visión como consumidor, para lograr determinar los rasgos de semejanza en comparación con los elementos distintivos. La interpretación indica que, al tratarse de signos mixtos, la denominación suele tener un mayor impacto en el público, pero que se debe analizar cada caso de forma independiente para determinar qué elemento del signo tiene una capacidad distintiva mayor.

Por otro lado, la interpretación refiere a los términos en otros idiomas, se asume que el consumidor promedio desconoce su significado, por lo que es tratada como una palabra de fantasía y, en principio, resulta registrable. Esta presunción deja de aplicarse cuando el significado se ha vuelto de conocimiento general entre el público o cuando la palabra describe directamente el producto o servicio que identifica.

El tribunal finaliza mencionando que la finalidad de la protección de las marcas es prevenir la dilución y el aprovechamiento injustificado del prestigio, permitiendo incluso romper el principio de especialidad si se observa riesgo de confusión o asociación dependiendo la clase de producto o servicio de su naturaleza.

Proceso (214-IP-2019)

La consulta prejudicial fue formulada por la Sala Contenciosa y Contenciosa Administrativa, Social y Administrativa Primera del Tribunal Supremo de Justicia del Estado Plurinacional de Bolivia, en el caso interno 14/2018-CA, que fue iniciado por The Coca-Cola Company en contra del SENAPI. El conflicto surgió debido a la petición de registro de la marca COCAKOLLABOL (clase 32) por parte de OSPICOCA, generando un debate acerca de la confusión relacionada con las marcas de The Coca-Cola Company. El Tribunal analizó el prestigio de la marca, la doctrina de la familia de marcas y la posible naturaleza genérica o descriptiva del término COCA, como factores claves para determinar la viabilidad y protección de las marcas inmersas en la disputa (TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA, 2021).

El Tribunal Andino, al consolidar sus estándares sobre los signos notorios y renombrados, definió una distinción fundamental entre las marcas notorias y las marcas renombradas. Las marcas notorias, debido a sus clientes habituales, se limitan a ser reconocida solo en ese sector correspondiente, mientras que las marcas renombradas sobrepasan su nicho de

mercado obteniendo un reconocimiento más amplio al ser percibidas por el público en general.

A pesar de que ambas categorías pueden sobrepasar los principios de uso real y efectivo, territorialidad y registro, el efecto que causan sobre el principio de especialidad es diferente. La marca renombrada anula completamente este principio, mientras que la marca notoria solo lo puede suspender dentro de los sectores en los que tenga relación de productos o servicios. La primera ofrece una protección integral que le otorga al titular el derecho de prohibir el uso de su signo, ya sea en cualquier actividad comercial o para cualquier tipo de producto.

Proceso (153-IP-2022)

Esta interpretación prejudicial fue planteada por la Sección Primera de la Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado de la República de Colombia, originada por una demanda de Team Foods Colombia S.A. contra la Superintendencia de Industria y Comercio. Los asuntos principales de la consulta trataron sobre la irregistrabilidad de signos engañosos y el alcance de la protección legal que tiene una marca con una reputación reconocida dentro de la Comunidad Andina (TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA, 2023).

El Tribunal confirmó que la doctrina del acto aclarado permanece estable, indicando que el juez nacional no debe solicitar una interpretación prejudicial si existe una jurisprudencia establecida por la corte internacional en relación a la norma. El fallo, en lo que se refiere a los signos engañosos, señaló que su prohibición protege la transparencia del mercado y los intereses de los consumidores, evitando de esta manera equivocaciones acerca del origen, las propiedades intrínsecas o la naturaleza de los productos.

2.2.4 El Convenio de París de 1883

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, suscrito el 20 de marzo de 1883 por once naciones industrializadas, entró en vigor el 7 de julio de 1884. Este instrumento, motivado por el crecimiento de la Revolución Industrial y las exposiciones universales, tenía como objetivo equilibrar la competencia leal con la defensa contra la piratería, en respuesta al desarrollo del capitalismo y a la exigencia de uniformizar las reglas para evitar disputas comerciales. Este acontecimiento estableció las bases para que las

marcas, reconocidas por su notoriedad, fueran consideradas activos económicos a nivel transnacional, bajo la creciente influencia de las primeras compañías multinacionales.

Su artículo 6 bis estableció que:

Artículo 6bis

Marcas: marcas notoriamente conocidas

1) Los países de la Unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituya la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta.... (Convenio de París, 1883)

Este convenio, en su contexto histórico, implicó una primera ruptura con el principio de especialidad, pues permitió que la protección de una marca trascendiera las clases específicas de productos o servicios. El texto no limita su alcance a productos similares, sino que se fundamenta en la reputación internacional del signo como bien jurídico protegido.

El Convenio de París establece que marcas extraordinarias deben ser consideradas como sujetos de una protección especial, la cual funciona sin necesidad de que el signo haya sido registrado oficialmente. Este principio establece la doctrina de la extraterritorialidad del prestigio, constituyendo así un privilegio exclusivo que va más allá de las fronteras territoriales y se extiende a dondequiera que la marca tenga reconocimiento público. Este mandato da lugar a la excepción al principio de especialidad, mediante el cual el sistema permite que el titular evite que personas ajenas utilicen su signo en áreas comerciales diferentes, protegiendo de esta manera la integridad de su valor simbólico frente a potenciales incursiones en sectores distintos a su actividad principal.

Desde una perspectiva actual, este sistema muestra una concepción primitiva de la propiedad intelectual como una herramienta de poder simbólico (Bourdieu, Razones prácticas, 1997). Sin embargo, presenta problemas contemporáneos: si la protección depende únicamente de la notoriedad, se puede caer en el peligro de conceder un privilegio duradero e irregular. En el contexto de Ecuador, donde se busca fomentar la innovación y el emprendimiento, la aplicación de esta excepción debe interpretarse de acuerdo con el principio de la función social de la propiedad, evitando que la notoriedad obstaculice el acceso justo al mercado.

2.3. Marco Conceptual

Hecho notorio: Se refiere a aquellos sucesos que son de conocimiento general para la sociedad. Es decir, cuando un juez está por emitir una resolución, si una situación es reconocida como cierta por la gran mayoría de la comunidad y no genera ningún tipo de debate, se determina que no hace falta presentar pruebas para confirmarla. Esta excepción se aplica justamente porque la realidad de ese evento ya es pública e incuestionable en el entorno donde ocurrió o donde se lleva a cabo el proceso judicial. (Pérez O. M.).

Prestigio cualificado: Grado de aceptación masiva que una entidad posee en el entorno social, producto de su posicionamiento histórico, calidad y la huella positiva que deja en la mente colectiva, hasta convertirse en un referente de confianza y reconocimiento capaz de influir en la preferencia frente a otras opciones.

Principio de uso real y efectivo: Condición jurídica que establece que una prerrogativa solo es válida si se ejerce de manera continua, práctica y verificable en el mercado. Este requisito tiene como objetivo evitar el acaparamiento, exigiendo que la exclusividad jurídica respalde un negocio económico auténtico.

Extraterritorialidad del prestigio: Este fenómeno sucede cuando el prestigio, la popularidad y la aceptación de una marca van más allá de las fronteras del país donde surgió o donde opera originalmente. En el campo legal, este impacto implica que la identificación del signo tiene consecuencias legales en otros países, un contexto habitual de acuerdos conjuntos entre estos mercados.

Protección extraclase: Es una tutela excepcional que protege a una marca de productos o sectores comerciales. Con el fin específico de impedir engaños al consumidor, evitar el desvío malicioso de clientes y frenar el deterioro o debilitamiento de la reputación que el dueño legítimo ha construido.

Acto aclarado: Es la postura legal definitiva de un tribunal respecto a la interpretación de una norma que despeja cualquier incertidumbre sobre su contenido legal. Este criterio funciona como una regla obligatoria para decidir futuras controversias jurídicas de la misma naturaleza, lo que asegura que el sistema judicial ofrezca una respuesta idéntica.

Carga de la prueba: En los procesos legales donde existen posturas contrarias, la responsabilidad de confirmar lo que se dice recae siempre en la persona que hace la

afirmación. En términos prácticos, para que un reclamo o una defensa tenga éxito en un tribunal, resulta indispensable contar con evidencias concretas que respalden la postura de la persona. Solo al tener estas pruebas comprobadas se puede aplicar la ley de manera lógica y decidir si se aprueba o se rechaza la petición planteada, sin importar de qué lado se encuentre cada individuo. (Ossorio).

Sector pertinente: Es el conjunto específico de consumidores o agentes económicos cuya percepción y valoración actúan como factor determinante al evaluar el grado de notoriedad y relevancia de un signo distintivo. Es decir, son el segmento exacto de la población hacia el cual se orientan las estrategias de negocio o con el que se genera un vínculo comercial significativo con la marca.

Discrecionalidad: Este concepto define la autoridad que posee un juez para solucionar los conflictos que llegan a su tribunal de una manera lógica y prudente. Al momento de tomar una decisión, el magistrado utiliza su conocimiento y buen juicio, aunque siempre respetando los límites que marcan las pruebas del caso particular y las leyes vigentes. El objetivo es garantizar que la resolución o sentencia final sea verdaderamente justa, sin desviarse en ningún momento de lo que dictan las normas establecidas. (Poder Judicial de Puerto Rico, 2026).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño y tipo de investigación

3.1.1. Diseño de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, ya que se analizaron e interpretaron los criterios jurídicos utilizados en la aplicación de la excepción al principio de especialidad dentro del régimen de protección de las marcas renombradas. Se justifica el uso de esta estrategia de estudio bajo la premisa de que, al analizar fenómenos jurídicos complejos, no se requieren procedimientos de medición cuantitativa, sino de descripción e interpretación. Por consiguiente, y debido a su naturaleza, se optó por un enfoque más acorde a las necesidades del proyecto:

Los estudios cualitativos intentan describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos). (Castaño & Quecedo Lecanda, 2022)

El uso de una metodología cualitativa permitió examinar la forma en la que la jurisprudencia de la Comunidad Andina ha construido el alcance de la protección reforzada de las marcas renombradas y las tensiones que pueden surgir entre esta protección y el principio de especialidad.

Se utilizó el análisis de documentos jurídicos especializados durante la realización del estudio, tales como la Decisión 486 de la Comunidad Andina, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (COESCI) y las interpretaciones prejudiciales que el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha emitido. La revisión sistemática de estas fuentes hizo posible determinar los parámetros interpretativos utilizados para proteger las marcas renombradas y evaluar su efecto sobre la consistencia y predictibilidad del sistema legal.

De esta manera, se analizó el problema jurídico por medio de la identificación de los criterios, lo que facilitó el examen de las divergencias interpretativas existentes en la

jurisprudencia, y su incidencia en la seguridad jurídica. Este análisis busca contribuir a la comprensión integral del fenómeno estudiado y a descifrar los desafíos que plantea la aplicación de esta figura dentro del ordenamiento jurídico ecuatoriano.

3.1.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación se configuró como descriptiva, acoplado a un enfoque cualitativo, centrado en la exposición del estado actual de los fenómenos jurídicos relacionados con la excepción al principio de especialidad en el régimen de protección de marcas renombradas. Se optó por un enfoque analítico porque el proyecto partió de la recopilación de datos específicos de interpretaciones prejudiciales para construir una descripción general ordenada y comprensiva del estado del problema jurídico, culminando en una apreciación completa del fenómeno a través del análisis de sus implicaciones. “Es un enfoque sistemático utilizado por los investigadores para recopilar, analizar y presentar datos sobre fenómenos de la vida real con el fin de describirlos en su contexto natural. Su objetivo principal es describir lo que existe, basándose en observaciones” (Stewart, 2025).

Este diseño garantizó una progresión lógica y rigurosa desde la recopilación documental hasta el análisis de casos, alineado con el alcance de la investigación, la cual estudió el fenómeno que envuelve las marcas renombradas, ofreciendo un diagnóstico técnico completo sobre los criterios que se emplean para resolver controversias de marcas en el Ecuador.

3.2 Recolección de la información

3.2.1 Población

La investigación fue de carácter cualitativo, con enfoque analítico, por lo que no se trabajó con personas ni datos estadísticos, sino con documentos jurídicos. Se tomó como población el total de interpretaciones prejudiciales emitidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina que abordan la especialidad de marcas renombradas en propiedad industrial. “Población es el conjunto total de elementos del que se puede seleccionar la muestra y está conformado por elementos denominados unidades de muestreo o unidades muestrales, con cierta ubicación en espacio y tiempo” (García García, Reding-Bernal, & López Alvarenga).

Tras una revisión exhaustiva en la base oficial del TJCA, y considerando los aspectos previamente mencionados se llegó a la conclusión de que existen 34 interpretaciones que

han sido emitidas desde el año 2001, año en el que entró en vigencia la Decisión 486 (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, s.f.).

Para una estructuración clara de los criterios, estos se agruparon en bloques temporales: 2001-2010 (12); 2011-2020 (15); y 2021-2025 (7). Esta periodización facilitó capturar la progresión doctrinal, alineada con los objetivos de analizar criterios interpretativos. Además, se hizo uso de la normativa vinculante al derecho de propiedad industrial dentro del territorio ecuatoriano con el fin de evidenciar los alcances reales en el derecho nacional.

TABLA #1 POBLACIÓN

Clasificación	Población
Interpretaciones prejudiciales periodo 2001-2010	12
Interpretaciones prejudiciales periodo 2011-2020	15
Interpretaciones prejudiciales periodo 2021-2025	7
Constitución de la Republica del Ecuador	1
Decisión 486 de la comunidad andina	1
Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación	1
Total	37

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

3.2.2. Muestra

Pedro Lopéz menciona que la muestra es:

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará acabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas y lógica. La muestra es una parte representativa de la población. (Lopez)

Al tratarse de una investigación cualitativa de carácter documental, se empleó un muestreo intencional. Esto se hace visible ya que, en el primer periodo, se sometió a análisis la interpretación prejudicial 154-IP-2006, cuyo propósito fue evidenciar el alcance que tenía el Tribunal al momento de definir el funcionamiento que envuelve el renombre de una marca, y evidenciar como nace la excepción al principio de especialidad, para luego analizar cómo fue evolucionando la construcción de este fenómeno.

En ese sentido, para poder entender mejor las dinámicas del razonamiento de los jueces, fue necesario usar la interpretación 214-IP-2019 correspondiente al segundo período, ya que es un caso relacionado a una marca importante, y en el que el Tribunal presenta con mayor claridad los términos y efectos de la protección reforzada.

Por último, la selección de la tercera interpretación prejudicial que corresponde al número 153-IP-2022 y a su vez al último periodo, obedeció a que constituye un acto aclarado; es

decir, en este pronunciamiento, el propio órgano judicial reconoce que sus decisiones han mantenido una postura constante y sólida, marcando así el punto de consolidación de su criterio legal. La importancia de esta decisión no radica en aportar criterios nuevos sobre la marca renombrada, sino en mostrar cómo el Tribunal, presenta, como uniformes y estables, criterios previamente contruidos.

TABLA #2 MUESTRA

Clasificación	Muestra
Interpretaciones prejudiciales período 2001-2010	1
Interpretaciones prejudiciales período 2011-2020	1
Interpretaciones prejudiciales período 2021-2025	1
Constitución de la República del Ecuador	1
Decisión 486 de la Comunidad Andina	1
Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación	1
Total	6

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

Métodos de la investigación

Esta investigación exigió recurrir a varios enfoques que permitieron abordar el problema de estudio desde perspectivas distintas pero complementarias entre sí. Su uso respondió a la necesidad de estudiar el fenómeno planteado de manera coherente y articulada.

El primer método que se aplicó en la investigación fue el de estudio de caso, el cual ofreció un marco flexible que permitió explorar en profundidad fenómenos jurídicos específicos y multifacéticos, lo que facilitó una inmersión detallada en escenarios reales sin necesidad de amplias generalizaciones.

Suele ser definido como una forma de descripción intensiva, que se dirige a establecer un análisis de una entidad singular, o de un fenómeno. Se considera, además, que los estudios de casos son particularistas, descriptivos y que se apoyan en el razonamiento inductivo. (Ministerio de Educación y Ciencia, 1986)

Este enfoque resultó útil y necesario para interpretar los criterios del Tribunal como unidades de análisis específicas, ya que facilitó la identificación de las dinámicas internas, las relaciones mutuas y las consecuencias prácticas de cada proceso, lo cual amplió de forma significativa el conocimiento sobre el sistema de marcas y su impacto real en la seguridad jurídica del Ecuador.

A diferencia de los modelos de investigación basados en estadísticas numéricas o teorías abstractas, este diseño metodológico prioriza la descripción de los hechos y la profundidad del entorno. Gracias a esto, resulta mucho más sencillo rastrear cómo evolucionan y se

sostienen las interpretaciones legales a lo largo del tiempo, evaluando al mismo tiempo su contribución directa a la estabilidad y certeza del derecho. A su vez, se usó el método analítico, ya que permitió descomponer cada fuente en sus elementos esenciales: conceptos jurídicos, argumentos, criterios de decisión y consecuencias prácticas. A través de este método se examinaron los razonamientos desarrollados por el Tribunal, identificando los argumentos que justifican la excepción al principio de especialidad y las consecuencias jurídicas que se derivan de cada pronunciamiento.

Es un camino, una manera de proceder, que puede constituirse en un modo de ser al incorporarse como un estilo de vida, lo que expresa su dimensión ética. El método analítico es un camino para llegar a un resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos. (Lopera Echavarria, Ramírez Gómez, & Zuluaga Aristazábal, 2010)

De este modo, la aplicación del método analítico permitió aislar y examinar cada componente del razonamiento judicial, lo que facilitó la comprensión de su estructura lógica y sirvió de base para evaluar la coherencia interna y los efectos prácticos de los criterios aplicados en materia de marcas renombradas.

A su vez, el trabajo de investigación requirió el uso del método exegético, ya que constituye un enfoque interpretativo especialmente adecuado para la investigación jurídica en Derecho, centrado en el análisis literal, gramatical y sistemático de los textos normativos y jurisprudenciales, esto permite extraer el significado preciso de las decisiones y principios.

Opera como parte de la interpretación del Derecho como una ciencia que su propia naturaleza asume una arista interpretativa que se vincula con la interpretación y aplicación de las normas e instituciones jurídicas, tanto sustantivas como adjetivas, así como el actuar de los organismos y operadores jurídicos. (Montenegro, 2023)

Esto es ideal para el estudio de casos, donde se desglosó el contenido exacto de la muestra para examinar la naturaleza jurídica del fenómeno y su implicación en el derecho ecuatoriano, garantizando objetividad y precisión en la identificación de criterios interpretativos.

De ese modo, este método ayudó en el análisis de manera directa y sistemática el contenido de las interpretaciones prejudiciales emitidas por el TJCA, pues se examinó el sentido literal y argumentativo de los pronunciamientos judiciales, atendiendo a la forma en que el Tribunal define, desarrolla y aplica conceptos jurídicos relevantes como el renombre y la excepción al principio de especialidad.

Por otro lado, la incorporación del método comparativo fue fundamental para este estudio, ya que permitió evidenciar de manera estructurada los aspectos principales del problema analizado, superando la simple tarea de listar leyes o describir casos de forma aislada. Esta herramienta metodológica fue más allá de señalar las semejanzas y diferencias en las normas y sentencias; su verdadero valor radicó en descubrir cómo evoluciona la interpretación de los jueces, su coherencia interna y cuáles son sus efectos en la realidad.

El método comparativo es el procedimiento de comparación sistemática de objetos de estudio que, por lo general, es aplicado para llegar a generalizaciones empíricas y a la comprobación de hipótesis. En la metodología de las ciencias sociales, este método cuenta con una larga tradición. (Dolen)

Esta comparación no se limitó a identificar similitudes o diferencias formales, sino que se orientó a examinar cómo es el trato de esta excepción a lo largo del tiempo, como cada fuente jurídica construye el alcance de la excepción y los límites de la misma, además de identificar convergencias y evoluciones en la jurisprudencia andina. Asimismo, permitió evaluar el grado de coherencia y uniformidad en la interpretación del régimen de protección y su incidencia en la seguridad jurídica.

Técnicas

La técnica documental permitió la recopilación sistemática y ordenada de las interpretaciones prejudiciales seleccionadas del TJCA. Esta técnica es esencial para investigaciones cualitativas basadas en estudios de casos, ya que asegura la exhaustividad y la trazabilidad de las fuentes. Esto se debe a que se relaciona directamente con el método de estudio de caso al proporcionar los textos auténticos para la inmersión profunda en cada caso real, y con el método exegético al entregar los documentos originales que permiten una interpretación literal y fiel sin alteraciones externas.

Por otro lado, la técnica de análisis, permitió procesar cualitativamente los documentos recopilados mediante la identificación de categorías temáticas patrones recurrentes y relaciones conceptuales, ya que su uso permitió describir fenómenos complejos y generar categorías conceptuales. Esta técnica es vinculante al método analítico al facilitar, pues su propósito es la descomposición detallada de cada decisión en sus elementos esenciales al habilitar el contraste estructurado entre las interpretaciones de diferentes periodos para detectar evoluciones o divergencias interpretativas.

Del mismo modo, la técnica de fichaje actuó como soporte en la recolección de datos, lo que permitió el registro fiel de citas y la elaboración de síntesis. Este instrumento se integra con el método exegético al exigir una lectura minuciosa y respetuosa del texto original, a la vez que se articula con el analítico al facilitar la clasificación de ideas para su posterior desglose y evaluación crítica.

Instrumentos

Respecto a los instrumentos, en la investigación se emplearon tres, que fueron diseñados a medida para organizar y guiar el análisis de los casos con total claridad y precisión.

El primero de ellos consistió en una ficha de análisis documental, ligada directamente a la estrategia de estudio de casos. Este recurso sirvió para registrar la información básica de cada expediente, tal como el número de proceso, el año de su publicación, la entidad judicial que solicitó la consulta y las normas específicas de la Decisión 486 que fueron examinadas; datos que resultaron claves para ubicar cada fallo en su contexto real. Además, estas fichas sirvieron para guardar extractos textuales, síntesis y anotaciones obtenidas de las sentencias y de la literatura jurídica consultada, lo que aseguró el acceso a los datos más importantes en la etapa de evaluación.

Complementariamente, se incorporó una matriz de sistematización de datos, un instrumento esencial para el enfoque exegético que facilitó la clasificación y ordenación meticulosa de los argumentos legales que surgieron de cada consulta prejudicial. Este cuadro organizador facilitó la estructuración de la información recuperada de acuerdo con los indicadores fijados al inicio del proyecto, lo cual resultó de gran utilidad a la hora de agrupar y catalogar las diferentes posturas dictadas por el Tribunal.

Finalmente, para contrastar toda esa información, se empleó una matriz de análisis de interpretaciones prejudiciales, la cual funcionó además como instrumento propio del método comparativo. Este instrumento permitió cruzar los datos obtenidos a partir de los indicadores definidos para la investigación, lo que resultó clave para detectar tanto las continuidades como los cambios en las interpretaciones del Tribunal sobre la excepción al principio de especialidad.

3.3. Tratamiento de la información

El procesamiento del material reunido se basó en un enfoque cualitativo que abarcó etapas organizativas, de sistematización y de confrontación de datos, lo cual guarda coherencia directa con el diseño descriptivo y documental de la investigación.

El trabajo de campo inició con el examen pormenorizado de cada interpretación de forma independiente. Para este fin, se emplearon fichas destinadas a clasificar tanto la información general de los pronunciamientos como los argumentos jurídicos esenciales para el estudio. De forma simultánea, se diseñaron fichas de contenido adicionales destinadas a recopilar fragmentos textuales exactos, síntesis de conceptos y comentarios analíticos derivados de las interpretaciones prejudiciales, las normas vigentes y la literatura jurídica revisada.

Con toda esta información agrupada y organizada, se estructuró una matriz bajo criterios precisos, ya que permitió ordenar con total claridad los elementos más importantes del estudio; entre ellos, la definición y el manejo legal de las marcas renombradas, la operatividad efectiva de la excepción al principio de especialidad, los riesgos que se pretenden evitar y las exigencias en materia probatoria.

Posteriormente, se diseñó una matriz comparativa entre las distintas interpretaciones prejudiciales con el propósito de contrastar los razonamientos aplicados en cada litigio. Este cotejo analítico sirvió para mapear la evolución histórica del razonamiento judicial, lo que evidenció las variaciones conceptuales, las precisiones teóricas y los principios que han permanecido constantes en la línea del Tribunal respecto a la ruptura del principio de especialidad.

Finalmente, el estudio culminó con una evaluación jurídica cualitativa, un abordaje que hizo posible valorar el alcance de las interpretaciones del Tribunal Andino y, en consecuencia, determinar su impacto real y sus implicaciones directas en la seguridad jurídica dentro del sistema de protección de marcas en el ordenamiento ecuatoriano.

3.4 Operacionalización de variables

TABLA #3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	TIPO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
Los criterios interpretativos aplicados en la excepción al principio de especialidad para marcas renombradas	Independiente	Conjunto de criterios desarrollados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina para determinar el alcance de la protección de las marcas renombradas más allá de los servicios para los cuales fueron registradas.	Identificación y contextualización de la interpretación	Datos generales de la interpretación prejudicial	Año de emisión, consultante, artículos interpretados	Ficha de análisis documental
					Tipo de conflicto y tipo de signo analizado.	
			Delimitación del renombre	Criterios para diferenciar marca notoria y marca renombrada.	Definición de marca notoria, definición de marca renombrada	Matriz de sistematización de datos
					Reconocimiento más allá del sector pertinente, difusión generalizada.	
			Base para acceder a la protección ampliada	Razones que se usan para justificar la ruptura del principio de especialidad.	Trato que recibe la especialidad y condiciones para acceder a la protección ampliada.	Matriz de sistematización de datos
			Riesgos jurídicos protegidos	Riesgos considerados por el Tribunal	Riesgo de confusión, asociación, dilución y aprovechamiento indebido del prestigio	Matriz de sistematización de datos
			Requisitos de procedencia	Condiciones para acceder a la protección ampliada.	Como funciona la acreditación del renombre y la existencia de precedentes.	
			Alcance de la ruptura del principio de especialidad	Intensidad de la ruptura del principio.	Ruptura absoluta, protección respecto de todos los productos o servicios, aplicación extraclase.	Matriz de análisis de interpretaciones prejudiciales

VARIABLE	TIPO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La seguridad jurídica en el régimen de protección de marcas renombradas en Ecuador	Dependiente	Grado de coherencia, continuidad y estabilidad de los criterios interpretativos desarrollados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la excepción al principio de especialidad y su incidencia en la aplicación del régimen de protección de marcas renombradas en Ecuador.	Continuidad jurisprudencial	Persistencia y reiteración del criterio	Repetición de fórmulas y consolidación del criterio.	Matriz de análisis de interpretaciones prejudiciales
			Coherencia jurisprudencial	Uniformidad de los criterios interpretativos	Consistencia conceptual, ausencia de contradicciones, reiteración de fundamentos.	Matriz de análisis de interpretaciones prejudiciales
			Previsibilidad jurídica	Capacidad de anticipar la aplicación del criterio.	Claridad de reglas establecidas.	Análisis documental.
			Incidencia en la seguridad jurídica	Estabilidad de los criterios interpretativos para garantizar seguridad jurídica, y su incidencia en la normativa ecuatoriana.	Uniformidad de la línea jurisprudencial y certeza para la aplicación del derecho andino en Ecuador	Análisis documental

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

El sistema de protección de marcas en el Ecuador se fundamenta en un modelo de legislación compartida. Las legislaciones nacionales no tienen un funcionamiento autónomo, sino que dependen directamente de los convenios internacionales adoptados en el marco de la Comunidad Andina. Dentro de este bloque regional, la Decisión 486 se constituye como el eje normativo central y de cumplimiento obligatorio, encargado de estandarizar las directrices sobre propiedad industrial en todos los Estados que lo integran.

Asimismo, con el propósito de impedir que cada nación interprete o ejecute estas reglas comunes de forma dispar, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina asume la función esencial de armonizar y unificar las posturas jurídicas de la región. Esto lo consigue mediante las interpretaciones prejudiciales, un mecanismo en el cual los jueces nacionales consultan al Tribunal de la CAN sobre el significado exacto de una norma antes de resolver un juicio. La respuesta de este órgano no se limita a solucionar un pleito particular, sino que se convierte en una guía legal obligatoria para futuros casos similares en toda la región.

Las tres interpretaciones analizadas en este estudio influyen en la manera en cómo se concibe el derecho de marcas ecuatoriano, ya que aclaran los conceptos que no se encuentran en la Decisión 486 y a su vez remarcan sus limitaciones, lo que sirve de brújula para las instituciones que gestionan las marcas en el día a día. Estudiarlas en conjunto, en lugar de analizarlas como casos aislados, es indispensable para entender el desarrollo y la situación actual del amparo legal que la normativa andina concede a las marcas renombradas.

Bajo esta perspectiva, el objetivo de analizar supera la simple tarea de enumerar; lo que se persigue es reconstruir el camino trazado por el Tribunal para delimitar el alcance y las fronteras de la protección otorgada a las marcas renombradas. Este recorrido permite medir la estabilidad, coherencia y predictibilidad de la jurisprudencia del Tribunal, una condición indispensable para garantizar la seguridad jurídica del país.

TABLA #4 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 1 Y 2

Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Delimitación del renombre	Criterios concretos para diferenciar una marca notoria de una renombrada	154-IP-2006	“...la marca renombrada tiene una difusión que abarca diferentes grupos de consumidores que pertenecen a diversos mercados” (pág. 13).	El Tribunal construye la definición íntegramente desde doctrina española.	La categoría de marca renombrada ingresa al sistema andino por vía jurisprudencial a partir de referentes doctrinales europeos.
		214-IP-2019	“...la marca notoria regulada en la Decisión 486... es conocida en el sector pertinente, la segunda es conocida más allá del sector pertinente” (pág. 17).	El tribunal define esta diferencia utilizando sus propios criterios y lenguaje, reduciendo la necesidad de apoyarse en las teorías jurídicas de otros países	La distinción entre notoriedad sectorial y conocimiento más allá del sector pertinente pasa a formularse como criterio jurisprudencial propio del Tribunal.
		153-IP-2022	“La primera es conocida en el sector pertinente, la segunda es conocida más allá del sector pertinente” (pág. 9).	Es copia textual de la fórmula de 214-IP-2019, sin matices nuevos.	No amplía, pero confirma que la fórmula que diferencia entre notoriedad y renombre ya opera como criterio jurisprudencial consolidado.
Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Base para acceder a la protección ampliada	Argumentos utilizados para justificar la ruptura del principio de especialidad	154-IP-2006	“...en razón de su elevada dosis de prestigio en el mercado, merece ser protegido más allá de la regla de especialidad...” (pág. 14).	El amparo extendido de la marca se sostiene en el criterio del "prestigio cualificado"	La protección ampliada se justifica en el prestigio del signo, pero sin que la IP precise parámetros normativos objetivos para determinar cuándo ese prestigio habilita la ruptura de la especialidad.
		214-IP-2019	“...tanto la marca renombrada como la marca notoria regulada en la Decisión 486 rompen el principio de uso real y efectivo... Ambas también rompen el principio de especialidad, pero no con el mismo alcance” (págs. 17,18-22).	Ubica a la marca renombrada dentro del mismo marco de la marca notoria, pero diferenciando la intensidad de sus efectos al afirmar que la ruptura del principio de especialidad opera de modo absoluto para la renombrada.	La protección ampliada deja de explicarse solo por el prestigio del signo y pasa a insertarse en una arquitectura, donde la renombrada se presenta como una figura excepcional.
		153-IP-2022	“...rompen los principios de territorialidad, registral, y uso real y efectivo...” (pág. 9).	Mismo fundamento que la IP anterior, sin desarrollo adicional ni nueva justificación.	Reitera sin variaciones el mismo fundamento jurisprudencial de la protección reforzada, lo que confirma su estabilidad, pero también la ausencia de un anclaje normativo expreso en la Decisión 486.

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

TABLA #5 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 3 Y 4

Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Requisitos de procedencia	Se identifican condiciones específicas para aplicar la protección más allá de la clase registrada	154-IP-2006	“...la noción de marca renombrada debe ampliarse a aquel signo que, en razón de su elevada dosis de prestigio en el mercado, más amplio y globalizado, merecería ser protegido...” (pág. 15).	La IP usa el condicional "merecería" y no fija un listado de requisitos objetivos	La IP no formula requisitos objetivos de procedencia para la renombrada, lo que deja su reconocimiento atado a una categoría abierta de prestigio sin umbrales verificables
		214-IP-2019	“...la marca renombrada rompe el principio de especialidad de modo absoluto, por lo que es protegida respecto de todos los productos o servicios” (pág. 18).	No fija requisitos de procedencia propios, es más una consecuencia automática del estatus.	Se trata la condición de renombre como valoración suficiente para activar la protección extraclase, pero no establece criterios cuantificables para verificar cuándo un signo alcanza ese estatus.
		153-IP-2022	“...protegida respecto de todos los productos o servicios” (pág. 9).	El vacío de requisitos objetivos para acceder al estatus de renombrada sigue intacto; la IP no lo aborda.	La IP no introduce requisitos objetivos para acceder al estatus de renombrada, se mantiene intacto el criterio ya fijado sobre este punto.
Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Riesgos protegidos	La protección se fundamenta en confusión, asociación, dilución, aprovechamiento indebido u otros riesgos	154-IP-2006	“...dilución del valor atractivo de la marca o... aprovechamiento indebido por parte de un tercero del prestigio y renombre...” (pág. 15).	Solo se mencionan dilución y uso parasitario; no aparecen confusión ni asociación como detonantes de la protección ampliada.	La protección de la renombrada se asocia en esta IP a la dilución y al aprovechamiento indebido.
		214-IP-2019	“Para que una marca notoria sea protegida, es necesario que se demuestre la ocurrencia de alguno de los cuatro riesgos...para la renombrada: "protegida respecto de todos los productos o servicios” (págs. 18,19).	La IP exige prueba de al menos un riesgo para la notoria, pero no impone ese mismo requisito a la renombrada, cuya protección opera sin condicionamiento a riesgo específico	La IP hace explícita una diferencia, la notoria exige acreditar riesgos, mientras que la renombrada aparece protegida sin quedar sometida al mismo test de riesgo.
		153-IP-2022	“Para que una marca notoria sea protegida, es necesario que se demuestre... alguno de los cuatro riesgos...” (pág. 10).	Confirma la asimetría ya vista en 214-IP-2019: solo la notoria exige acreditar riesgo; la renombrada no.	La reiteración confirma que la jurisprudencia sigue reservando el test de riesgos para la notoria, sin trasladarlo de manera expresa a la renombrada

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

TABLA #6 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 5 Y 6

Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Carga probatoria	Argumento que determina qué debe probarse para obtener la protección ampliada	154-IP-2006	“La notoriedad de la marca no se presume, deben ser probadas por quien la alega las circunstancias que le dan ese estatus” (pág. 12).	La afirmación se refiere a la notoria; la IP no se pronuncia expresamente sobre la carga probatoria de la renombrada	La IP exige prueba para la notoriedad, pero guarda silencio sobre si la misma regla se extiende a la renombrada, dejando sin resolver la carga probatoria de esta última.
		214-IP-2019	“La marca renombrada... no necesita ser probada, pues se trata de lo que la teoría general del proceso denomina un «hecho notorio»... (notoria non egent probatione)...” (pág. 18).	Es la primera IP del corpus analizado que formula esta regla en términos tan explícitos, con denominación procesal precisa	La equiparación del renombre con el hecho notorio elimina la necesidad de prueba específica del titular y habilita que la autoridad lo tenga por acreditado sin actividad probatoria ordinaria.
		153-IP-2022	“...no necesita ser probada... (notoria non egent probatione)...” (pág. 10).	Repetición literal, incluyendo la misma cita de León y León.	La línea jurisprudencial termina dispensando de prueba al renombre, pero sin haber fijado antes un estándar normativo claro para determinar cuándo una marca alcanza ese estatus.
Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Alcance de la excepción	Argumento de los límites materiales de la protección extraclase	154-IP-2006	“...la noción de marca renombrada debe ampliarse... merecería ser protegida más allá del principio de especialidad...” y la protección se justifica frente a la “dilución del valor atractivo de la marca” o el “aprovechamiento indebido... del prestigio y renombre” (pág. 15).	La IP reconoce una tutela extraclase intensa para la marca renombrada, pero todavía no separa con nitidez si esa ruptura de la especialidad opera automáticamente por el renombre o si se justifica por la presencia de riesgos concretos	El alcance de la excepción todavía no está depurado, el Tribunal anticipa la protección amplia de la renombrada, pero no está claro si su extensión es absoluta por el solo estatus del signo o si depende de un daño específico.
		214-IP-2019	“La marca renombrada rompe el principio de especialidad de modo absoluto, por lo que es protegida respecto de todos los productos o servicios” (pág. 18).	El adverbio "absoluto" aparece por primera vez de forma tan directa y aislada en un párrafo propio, separado del tratamiento de la notoria.	La separación expresa entre notoriedad relativa y renombre absoluto convierte la ruptura de la especialidad en una regla jurisprudencial formulada ya con lenguaje propio del Tribunal.
		153-IP-2022	“...rompe el principio de especialidad de modo absoluto...” (pág. 9).	Tercera repetición idéntica de la misma fórmula	Confirma, no construye. Sirve para mostrar que el "alcance absoluto" es jurisprudencia firme.

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

TABLA #7 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADORES 7 Y 8

Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Límites a la protección	Restricciones o criterios que eviten una expansión ilimitada del derecho de marcas	154-IP-2006	“...a la marca notoria propiamente dicha, debería aplicarse... una flexibilización menos absoluta que aquella que corresponde a la marca renombrada...” (pág. 15).	El límite se traza por contraste: la notoria recibe una flexibilización relativa; la renombrada, una absoluta. No se fijan otros límites expresos.	La IP no formula límites propios para la renombrada; solo la distingue de la notoria por el mayor grado de flexibilización de la especialidad.
		214-IP-2019	“...en ningún caso se otorgará el registro marcario... si el solicitante actúa de mala fe, si el propósito... es restringir la libre competencia o si subyace... un acto de competencia desleal...” (págs. 18,19).	Los límites se formulan para ambas categorías y son de carácter subjetivo, mala fe y competencia desleal. No hay límites objetivos adicionales específicos para la renombrada.	Los límites formulados por la IP no introducen límites objetivos específicos para establecer la protección absoluta de la renombrada.
		153-IP-2022	“...si el solicitante actúa de mala fe... o si subyace... un acto de competencia desleal...” (pág. 10).	Mismos límites subjetivos de siempre (mala fe, competencia desleal); no aparecen límites objetivos nuevos.	La protección absoluta de la renombrada solo cede ante conducta ilícita, no ante un test de razonabilidad frente a sectores de mercado ajeno.
Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Alcance de la ruptura del principio de especialidad	Criterio que explica si la excepción se presenta como absoluta o condicionada en una marca renombrada.	154-IP-2006	“...la Decisión 344 le otorga a la marca notoria la misma protección... que a la marca de alto renombre, pues su tutela excede del principio de especialidad...” (pág. 15).	El Tribunal reconoce que la norma igualó erróneamente la protección de la notoria con la de la renombrada, otorgando a ambas una ruptura exclusiva	La IP parte de una lectura en la que la protección extraclase de la notoria y de la renombrada aparece inicialmente muy próxima, sin una delimitación suficientemente distinta
		214-IP-2019	“La marca notoria... rompe el principio de especialidad en forma relativa... La marca renombrada rompe el principio de especialidad de modo absoluto...” (pág. 18).	La IP articula la distinción relativa/absoluto en párrafos contiguos y numerados, lo que la convierte en la formulación más pedagógica y citable de todo el corpus.	El nivel de conocimiento público del signo determina la intensidad de la excepción al principio de especialidad.
		153-IP-2022	“Ambas también rompen el principio de especialidad, pero no con el mismo alcance” (pág. 9).	Frase pivote de toda la doctrina, consolidada desde la 214-IP-2019.	Esta IP certifica, con autoridad de acto aclarado, su valor es de cierre y respaldo institucional, no de contenido nuevo.

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

TABLA #8 MATRIZ DE ANÁLISIS INTERPRETACIONES PREJUDICIALES INDICADOR 9

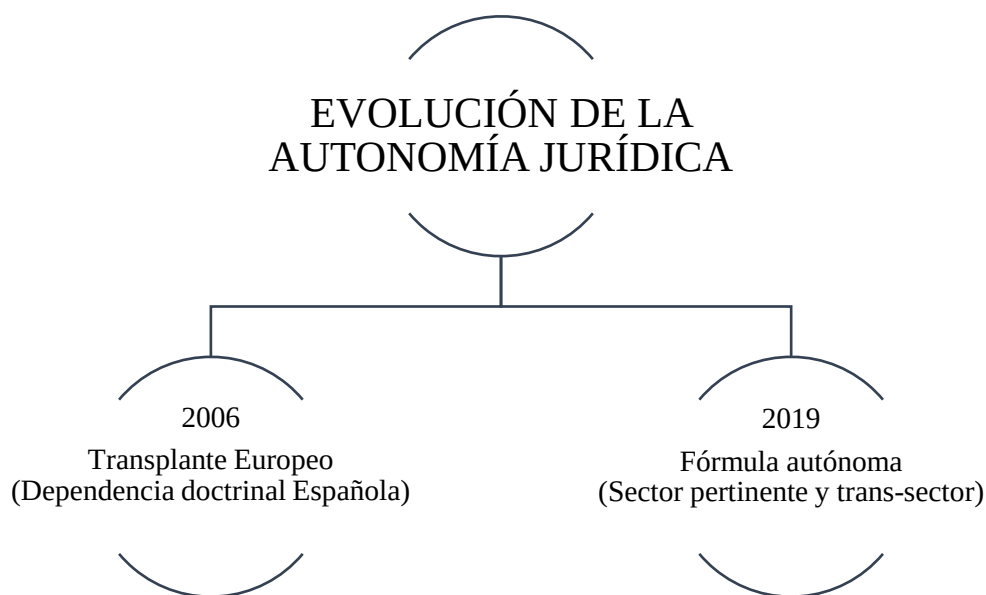
Indicador	Caracterización del Indicador	Interpretación Prejudicial	Extracto Clave	Observación Identificada de la Interpretación Prejudicial	Consecuencia e Implicación Jurídica de la Interpretación Prejudicial
Continuidad jurisprudencial	El criterio coincide, modifica o amplía criterios previamente establecidos	154-IP-2006	“...este Tribunal considera, con base a los criterios de la doctrina y los hechos del mercado, que la noción de marca renombrada debe ampliarse...” (pág. 15).	La IP no consolida una línea propia, sino que abre una, apoyada en doctrina	La 154-IP-2006 funciona como IP fundacional de la categoría en la decisión 486.
		214-IP-2019	“...tanto la marca renombrada como la marca notoria regulada en la Decisión 486 rompen el principio de uso real y efectivo, por lo que la figura de la cancelación por falta de uso...” (pág. 22).	Es el eslabón intermedio, y sigue una línea argumentativa coherente.	La aplica directamente a un caso de cancelación. Existe continuidad jurisprudencial y consolida con párrafos propios del Tribunal
		153-IP-2022	“...un criterio jurídico interpretativo uniforme, estable y coherente...” (pág. 6).	Es la primera vez que el propio Tribunal califica así, expresamente, la doctrina del renombre	Marca el cierre formal de la línea

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

Al revisar las interpretaciones prejudiciales seleccionadas, se observa que la defensa de la marca renombrada en la región Andina no nace de una ley escrita dentro de la Decisión 486, en su lugar, es el resultado de un desarrollo paulatino de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

El punto de partida de esta tendencia es la interpretación 154-IP-2006, donde la corte admitió que las normas comunitarias regulan con claridad a la marca notoriamente conocida, pero no detallan de forma independiente a la marca renombrada. Para solucionar esta falta de normas, el Tribunal acudió a la teoría del derecho internacional, justificándose en la necesidad de proteger con mayor fuerza a aquellos signos que, por su enorme popularidad y excelente reputación, superan el conocimiento de un solo sector. Así, los jueces crearon una separación de conceptos que no estaba en el texto original de la ley, sino que fue diseñada para cubrir un vacío legal.

GRÁFICO #1 EVOLUCIÓN DE LA AUTONOMÍA JURÍDICA



Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

Luego de ese primer paso, las interpretaciones andinas fueron fijando la diferencia entre la marca notoria y la marca renombrada. De este modo, en la 214-IP-2019, el Tribunal aclara que la marca notoria solo es identificada por su grupo de consumidores específicos, mientras que la renombrada supera ese límite y llega a la sociedad en general. Esta misma explicación se repite para 2022, lo que demuestra que los jueces ya aceptan al renombre como una figura totalmente independiente de la notoriedad. A pesar de este logro conceptual, las reglas del

juego no están completas, pues definir bien el concepto no ha sido suficiente para crear normas claras sobre los requisitos, límites y efectos reales de esta protección tan amplia.

La separación de estos dos signos se vuelve fundamental al estudiar cómo se rompe la regla tradicional que obliga a proteger las marcas solo para su propio tipo de producto. Para el año 2006, el Tribunal ya mencionaba que la marca renombrada debía protegerse más allá de su sector, aunque todavía asociaba esa defensa a peligros como la pérdida de atractivo del nombre o el uso abusivo de su fama.

En ese inicio, la excepción era muy amplia y confusa, pues no se sabía si el blindaje nacía por la sola popularidad de la marca o si requería la existencia de riesgos reales en el mercado. Dicha duda disminuyó a medida que se iba formando el concepto, en la resolución 214-IP-2019, donde se establece con claridad que la marca notoria rompe la regla de especialidad de manera parcial, mientras que la renombrada lo hace de forma total, cubriendo cualquier bien o servicio del mercado. Finalmente, la sentencia 153-IP-2022 no agregó cambios a este criterio, pero sirvió para ratificar esta doble estructura como una regla firme dentro de la jurisprudencia de la región.

El fuerte amparo que recibe la marca renombrada va mucho más allá de permitirle invadir cualquier sector del mercado de manera absoluta. El aporte más importante de la interpretación 214-IP-2019 ocurre en el campo del trámite legal, al igualar la gran fama de este signo con la figura del "hecho notorio" (notoria non egent probatione). Esta decisión produce un efecto fundamental, mientras el dueño de una marca notoriamente conocida tiene la obligación de presentar pruebas y cumplir con las exigencias del artículo 228 de la Decisión 486, el titular de una marca renombrada queda libre de ese esfuerzo, ya que se da por sentado que su reconocimiento es tan obvio que no hace falta demostrarlo.

Como excepción legal, esta regla fortalece de gran manera la situación del propietario, pues le da el beneficio de defender su nombre comercial, pero al mismo tiempo lo exime de elaborar informes técnicos para justificar ese trato preferente. De ese modo, se reduce significativamente la carga probatoria al no exigir acreditaciones especializadas en cada controversia, y como consecuencia se da un margen amplio de tutela que no contiene un uso razonable de la excepción, y en cambio podrían llegar a convertirse en prácticas extensivas que desborden su finalidad jurídica.

TABLA #9 DIMENSIÓN TÉCNICA ENTRE MARCA NOTORIA Y MARCA RENOMBRADA

Dimensión técnica	Marca Notoria	Marca renombrada
Conocimiento de sector	Limitado al Sector Pertinente.	Proyectado Más allá del Sector Pertinente.
Ruptura de la Especialidad	De carácter relativo (productos similares/conexos).	De carácter absoluto (todos los productos/servicios).
Carga de la Prueba	Rigurosa: Debe ser probada bajo factores del Art. 228 de la decisión 486.	Dispensada: Elevada a la categoría de hecho notorio.
Reconocimiento de Oficio	Improcedente (exige actividad probatoria del titular).	Procedente de forma directa por la autoridad local.

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

Es justo en este aspecto donde la tendencia de las sentencias muestra su mayor fragilidad. Si bien el Tribunal ha dejado en claro que las marcas renombradas disfrutan de un amparo superior al de las marcas notorias, ha omitido definir con exactitud cuáles son las condiciones reales para otorgar dicha categoría. Para el año 2006, la jurisprudencia comenzó a utilizar términos indeterminados al establecer que los signos de gran reputación merecen un blindaje que supera su propia categoría comercial. Aun así, el modo en que una marca puede abandonar la condición de notoriedad dentro de su sector para alcanzar el renombre, es algo que queda sin parámetros técnicos claros que determinen el momento en que esto sucede.

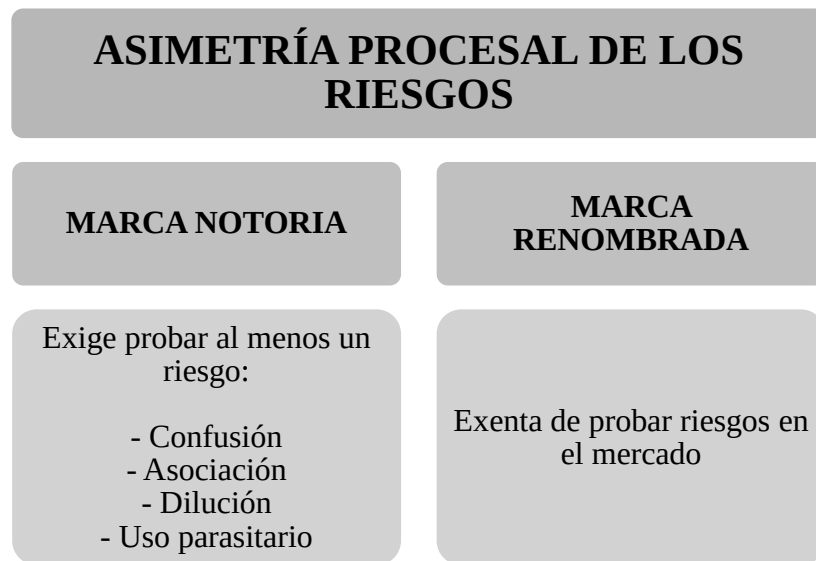
Este vacío persiste incluso después de la interpretación emitida el 2019. Si bien esta resolución sostiene que la marca renombrada impacta al público en general y no se limita a un solo sector y que su acreditación se da bajo la figura del hecho notorio, queda la duda de si es correcto depender exclusivamente de esta figura y omitir el desarrollo de indicadores cuantificables para medir dicha popularidad, ya que tampoco se puntualizan los procedimientos obligatorios que deben seguir los organismos administrativos para validar y declarar oficialmente este reconocimiento excepcional.

A esta ausencia de criterios objetivos se suma otra diferencia de fondo entre ambos signos: la exigencia de demostrar riesgos en el mercado para activar su defensa. En la resolución 214-IP-2019, la Corte establece que el titular de una marca notoriamente conocida debe probar obligatoriamente que existe al menos un riesgo de los contemplados en la Decisión 486, como la confusión, la asociación, el daño a la reputación o el aprovechamiento injusto. En contraste, al tratar la marca renombrada, el mismo dictamen elimina esta obligación, la

cual determina que la ruptura total de las fronteras comerciales es un efecto inmediato de su popularidad.

Este desequilibrio resulta muy llamativo, ya que la figura que recibe el nivel más alto de protección es, paradójicamente, la que menos exigencias de prueba requiere y la que cuenta con menor regulación sobre las reglas de su aplicación.

GRÁFICO #2 ASIMETRÍA PROCESAL DE LOS RIESGOS



Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

El problema se vuelve más complejo cuando se analizan las fronteras de este amparo. Las interpretaciones andinas no han creado reglas materiales claras para evitar que la protección de la marca renombrada invada mercados totalmente ajenos a su actividad original. Por ejemplo, las únicas restricciones mencionadas desde 2019 dependen de la mala fe, la limitación de la libre competencia o la competencia desleal; es decir, de la conducta ilícita del tercero.

Sin embargo, el Tribunal no establece límites medibles u objetivos que regulen esta protección según la cercanía real entre los nombres, la gravedad del peligro o la necesidad de proteger a los comerciantes que actúan de buena fe. Por esto, aunque la defensa total de la marca renombrada está asegurada en teoría, sus límites prácticos siguen siendo muy confusos.

Desde este punto de vista, la 153-IP-2022 es importante no porque traiga cambios de fondo, sino porque funciona como un sello definitivo de la jurisprudencia. El Tribunal presenta las

decisiones anteriores como un bloque organizado y firme, consolidando de forma institucional la diferencia entre marca notoria y renombrada, la ruptura parcial o total de la especialidad.

No obstante, esta aparente estabilidad debe mirarse con cuidado. Lo que se asegura no es una ley completa sobre el renombre, sino la repetición de un criterio que, a pesar de tener más fuerza con los años, mantiene los mismos vacíos desde su origen. Que el criterio sea siempre el mismo no significa que las leyes estén completas.

Esta conclusión afecta de manera directa a las leyes ecuatorianas. En el país, la defensa de los nombres comerciales se organiza a través del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimiento (COESCCI); sin embargo, el manejo de los tipos de marcas, entre ellas la renombrada, sigue dependiendo casi por completo de las aclaraciones del Tribunal Andino. La problemática reside en que el COESCCI carece de un marco regulatorio específico que determine las condiciones, la cobertura o las restricciones para el blindaje de las marcas renombradas, a diferencia de la atención detallada que sí otorga a las marcas notoriamente conocidas.

Dentro de este cuerpo legal, el artículo 459 sustenta la protección del signo notorio en el reconocimiento que este posee dentro de su público objetivo. Por su parte, el artículo 460 define los parámetros técnicos encargados de evaluar dicho impacto comercial, al señalar indicadores específicos como la trayectoria temporal en el sector, la cobertura geográfica de la empresa, el presupuesto destinado a la publicidad y el grado de recordación que tiene la marca. Asimismo, el artículo 462 identifica los sectores de referencia y el artículo 463 introduce un proceso formal para obtener esta declaratoria ante la entidad estatal. De esta manera, la ley nacional dota de herramientas e institucionalidad a la notoriedad marcaria, y fija un procedimiento claro para su validación interna. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016)

Sin embargo, esta estructura legal no representa un modelo original ni independiente respecto al derecho comunitario. Al equiparar el COESCCI con la Decisión 486 de la Comunidad Andina, resulta evidente que ambas normas operan bajo la misma matriz regulatoria. La normativa andina define el signo notorio por su alcance en el sector pertinente y detalla los factores para evaluarlo; un diseño que el código ecuatoriano adopta casi de

forma exacta en sus artículos 459, 460 y 462, al añadir únicamente la vía procesal de la declaratoria oficial en el artículo 463.

TABLA #10 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN Y LA DECISIÓN 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA

	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS	DECISIÓN 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA
Definición de signo notoriamente conocido	Art. 459	Art. 224
Factores para determinar la notoriedad	Art. 460	Art. 228
Sectores pertinentes	Art. 462	Art. 230
Protección del signo notorio	Arts. 464 y 465	Arts. 225 y 226

Elaborado por: Juan Navarrete y Jonathan Gonzabay

Por este motivo, la verdadera encrucijada legal no radica en el tratamiento de la marca notoria, sino en la falta de normas propias para la marca renombrada. Tanto la legislación comunitaria andina como el COESCCI omiten estructurar al renombre como una institución legal independiente.

Debido a esto, el marco normativo actual no le asigna requisitos metodológicos propios, reglas específicas para la presentación de evidencias ni fronteras claras que regulen este blindaje extendido frente al criterio ordinario de especialidad. Las leyes actuales detallan minuciosamente cómo se maneja la popularidad de una marca dentro de un nicho comercial determinado; sin embargo, no definen la línea divisoria precisa en la cual ese reconocimiento evoluciona hacia una reputación externa, la cual tiene la fuerza jurídica de anular por completo principios como el de especialidad. Así, el vacío que enfrenta Ecuador no es un ente aislado, sino que es una deficiencia del propio sistema andino que ha tenido que ser resuelta de manera supletoria por los fallos del Tribunal de Justicia.

Como consecuencia, en la práctica se aplica una doctrina que otorga un poder enorme, como romper la especialidad y perdonar las pruebas sin contar con parámetros normativos locales

precisos. En este panorama, la seguridad jurídica no nace de una ley clara, sino de la confianza en que los jueces seguirán repitiendo un criterio.

Por lo tanto, el estudio de estas interpretaciones y de su implicación en la protección demuestra que el Tribunal Andino ha sido fundamental para independizar a la marca renombrada y darle una protección superior que rompe las reglas tradicionales. Sin embargo, este avance esconde un problema de fondo ya que el Tribunal logró que el criterio fuera permanente, pero no lo convirtió en una norma detallada.

La figura del renombre ya está definida y aceptada, pero sus requisitos de validez, la forma de evaluarla y sus límites reales dependen más de la opinión de los jueces que de leyes escritas y verificables. Por esta razón, la seguridad jurídica que hoy existe en Ecuador para defender las marcas renombradas no se apoya en reglas completas, sino en la continuidad de una doctrina judicial que, aunque se mantiene firme, deja sin resolver los puntos más importantes de esta excepción legal.

4.2. Verificación de la idea a defender

La idea a defender planteada en esta investigación ha sido validada de forma concluyente, lo que demuestra que, ante la falta de leyes escritas sobre la marca renombrada en la Decisión 486, las interpretaciones prejudiciales del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se convirtieron en la fuente principal para guiar su protección. Este desarrollo inició con la interpretación 154-IP-2006, en la cual la Corte admitió que la normativa regional no contemplaba al renombre como una figura independiente y asumió la tarea de construir sus características por vía judicial. Posteriormente, en 2019, el Tribunal ordenó estos conceptos al fijar una frontera clara, señalando que la marca notoria solo es identificada por su público específico y rompe la especialidad de forma parcial, mientras que la renombrada es conocida por la sociedad en general y anula dicha regla de manera total. Este camino se cerró formalmente y se puede ver reflejado en 2022, año en el que las interpretaciones repetían el mismo esquema conceptual para presentar la doctrina como un criterio definitivo, homogéneo y seguro.

No obstante, el estudio también logró comprobar el segundo elemento de la hipótesis, lo que evidenció que el hecho de depender exclusivamente de la jurisprudencia no ha eliminado la falta de claridad sobre los requisitos y el alcance real de este amparo. Si bien el Tribunal andino ha logrado repetir fórmulas constantes, como la separación de los signos o la

aplicación del hecho notorio para perdonar las pruebas, esta fijeza no equivale a tener una ley terminada y sin vacíos. El examen analítico de las interpretaciones prejudiciales seleccionadas revela que la jurisprudencia no define con exactitud cuáles son las condiciones técnicas que se necesitan para conseguir el título de renombre, ni ofrece un manual claro para saber cuándo corresponde aplicar este escudo absoluto frente a negocios totalmente ajenos al origen de la marca.

Esta inestabilidad en el sistema legal se evidencia con mayor claridad cuando se compara la protección que recibe una marca renombrada frente a la que se le otorga a una marca notoriamente conocida. La notoriedad dispone de una protección jurídica sólida y explícita, reglas claras y también filtros de admisión de la misma. En contraste, las marcas que alcanzan el renombre permanecen en un vacío normativo, obligadas a depender de interpretaciones judiciales ante la falta de leyes escritas que regulen su aplicación. Por esta razón, la defensa preferente que recibe el renombre no se apoya en hechos estables y medibles, sino en criterios que, a pesar de consolidarse a lo largo del tiempo, todavía dejan muchas dudas sobre las condiciones de su aplicación y sus límites.

En conclusión, la propuesta inicial queda corroborada en sus dos puntos esenciales, lo que demuestra, en primer lugar, que la omisión de las leyes escritas obligó a los jueces andinos a trazar el sistema de protección a través de criterios y, en segundo lugar, que esta dependencia mantiene vigentes varios vacíos técnicos. Para el escenario ecuatoriano, este panorama afecta directamente la seguridad jurídica del sistema de marcas. Dado que las leyes nacionales no contienen un capítulo propio para frenar o controlar estos monopolios, la aplicación práctica de esta excepción sigue subordinada a interpretaciones abiertas y a la libre opinión de las autoridades de control, en lugar de apoyarse en límites legales claros, medibles y transparentes.

CONCLUSIONES

- El alcance de la excepción al principio de especialidad para las marcas renombradas ha sido estructurado como una ruptura absoluta de la especialidad. Este diseño extiende el blindaje del signo en un margen totalitario. Sin embargo, el inconveniente radica en que, si bien la jurisprudencia sostiene esta consecuencia con total firmeza, no existe un marco legal escrito que precise las condiciones exactas bajo las cuales se debe otorgar el título de renombre y activar esta defensa extraordinaria.
- La descripción de la línea jurisprudencial demuestra una trayectoria histórica ordenada y madura para este signo: inició con la inclusión formal del renombre en el debate legal, avanzó hacia la separación técnica frente a la marca notoriamente conocida y cerró este proceso mediante el uso del acto aclarado, el cual unificó los criterios de los jueces en una postura única y homogénea.
- El análisis de las interpretaciones prejudiciales dejó en claro que la marca renombrada destruye la regla de especialidad de manera integral. No obstante, estas se quedaron cortas al momento de establecer con la misma exactitud cuáles son las condiciones numéricas u objetivas que otorgan el estatus de renombre, así como las reglas procesales necesarias para demostrar su alcance y ejecutar su protección extraclase.
- El análisis entre las leyes de la Comunidad Andina, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos y las interpretaciones analizadas revela que, a pesar de que el amparo al renombre se mantiene vigente, persisten márgenes de incertidumbre de fondo. Esta falta de precisión en los reglamentos debilita la certeza jurídica e impide que los actores comerciales dentro de la legislación de Ecuador tengan reglas del juego claras, previsibles y estables.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere incluir dentro del marco legal andino una disposición escrita que reconozca a la marca renombrada de manera independiente frente a la marca notoriamente conocida. Dicho texto normativo debe aclarar de forma taxativa que este beneficio anula por completo el principio de especialidad, fijando además los requisitos mínimos para su concesión.
- Se recomienda que el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina aproveche la unificación de sus criterios para profundizar en el desarrollo del renombre. El Tribunal debería delimitar con total precisión las fronteras técnicas que separan el término de la notoriedad común, fundamentando con mayor rigurosidad los motivos que justifican la activación de la protección extraclase.
- Se propone la creación de un sistema de evaluación exclusivo para certificar el renombre de una marca, evitando emplear los mismos parámetros de medición diseñados para los signos notorios. Estas nuevas pautas tendrían que determinar de forma clara el grado de reconocimiento que exige la marca a nivel social, definir qué tipo de evidencias demuestran que el signo superó los límites de su sector comercial originario y fijar las reglas procesales sobre la carga de la prueba.
- En Ecuador, resulta conveniente que el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales emita guías de gestión administrativa. El propósito de este instructivo no es crear leyes nuevas ni alterar jurisprudencia, sino estandarizar los procesos internos. Con esto, se obligaría a las autoridades a fundamentar por escrito qué consulta prejudicial están empleando, cuáles son los motivos legales para ampliar la protección marcaria y qué evidencias materiales respaldan la declaración de renombre en cada resolución emitida.

BIBLIOGRAFÍA

- Alemán, M. M. (2010). *El principio de territorialidad de los derechos de propiedad industrial*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7507232.pdf>
- Álvarez Amézquita, D., Salazar, Ó., & Padilla Herrera, J. (2015). Teoría de la propiedad intelectual. *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89532015000100006
- Asamblea Constituyente de Montecristi. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi-Quito: Registro Oficial. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado*. Quito: Registro Oficial, Suplemento No. 555. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/ley-organica-de-regulacion-y-control-del-poder-de-mercado/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*. Quito: Registro Oficial, Suplemento N.º 899. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Codigo-Organico-de-la-Economia-Social-de-los-Conocimientos-Creatividad-e-Innovacion.pdf>
- Atienza, M. (2006). recensión. *Scielo*, 285-296. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09502006000200015
- Ávila Santamaría, R. (2012). *Los derechos y sus garantías ensayos críticos*. Corte Constitucional para el Período de Transición. Obtenido de <https://www.garn.org/wp-content/uploads/2022/03/Los-derechos-y-sus-garanti%CC%81as-Ramiro-Avila-Santamaria.pdf>
- Baudrillard, J. (1998). *La sociedad de consumo*. Madrid: Siglo XXI. Obtenido de https://www.solidaridadobrero.org/ateneo_nacho/libros/Jean%20Baudrillard%20-%20La%20sociedad%20de%20consumo.pdf
- Bayón, P. S. (2019). *Marcas y patentes en el derecho español*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/338779247_Marcas_y_patentes_en_el_derecho_espanol_Trademark_and_Patent_regulation_in_the_Spanish_Law
- Beebe, B. (2004). *THE SEMIOTIC ANALYSIS OF TRADEMARK LAW*. Obtenido de https://www.uclalawreview.org/wp-content/uploads/2019/09/27_51UCLALRev6212003-2004.pdf
- Bercovitz, A. (2015). *Apuntes de derecho Mercantil*. ARANZADI LA LEY. Obtenido de <https://www.aranzadilaley.es/MK/PDF/Apuntes-Derecho-Mercantil/publication.pdf>
- Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Paris: Éditions du Seuil. Obtenido de https://www.icns.es/en/news/pierre_bourdieu_power_law_social_classes

- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas*. Barcelona: Anagrama. Obtenido de https://bibliotecasocial.org/wp-content/uploads/2021/09/Bourdieu_Pierre-Razones_practicas_Sobre_la_teor%C3%ADa_de_la_acci%C3%B3n.pdf
- Camacho, R. A. (2001). *uaipit*. Obtenido de https://www.uaipit.com/uploads/publicaciones/files/0000002022_notoria.pdf
- Castaldi, C. (2023). *Off the mark? What we (should) know about the bright and dark sides of corporate trademark practices*. Oxford: Oxford University Press. Obtenido de <https://scispace.com/pdf/off-the-mark-what-we-should-know-about-the-bright-and-dark-1x56awq2.pdf>
- Castaño, C., & Quecedo Lecanda, R. (2022). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. *Revista de psicodidáctica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Cedeño Véliz, N. S., & Vásquez Donoso, J. (2025). *La distinción entre las marcas notorias y renombradas en la Comunidad Andina de Naciones*. doi:<https://doi.org/10.18272/ulr.v12i2.3917>
- Cerviño, A. C. (2003). *Riesgo de confusión y riesgo de asociación entre marcas en el derecho español y en el derecho comunitario*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=967742>
- Comisión de la Comunidad Andina. (2000). *Decisión 486*. Lima: Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena. Obtenido de <https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC486.pdf>
- Comunidad Andina. (1996). Acuerdo de Cartagena. *Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/12/acuerdo-can.pdf>
- Comunidad Andina. (s.f.). *MANUAL PARA EL EXAMEN DE MARCAS*. Obtenido de <https://www.comunidadandina.org/wp-content/uploads/2023/08/MANUAL-DE-MARCAS-COMPLETO-.pdf>
- Consejo de la Unión Europea. (1988). Directiva 89/104/CEE. *EUR-Lex*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=celex:31989L0104>
- Córdoba, F. d. (1994). La notoriedad marcaria en el Derecho Europeo. Obtenido de 1994
- Davis, J., & Zelechowski, L. (2023). *Bad Faith, Public Policy and Morality: How Open Concepts Shape Trade Mark Protection*. Berlín: Springer Nature. Obtenido de <https://link.springer.com/article/10.1007/s40319-023-01350-7>
- de Alba Mendoza, I., & Montaña Matosas, J. (2022). *HISTORIA DE LAS MARCAS*. Obtenido de MINTUR: https://www.mintur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/433/08MONTANA_EI433_web.pdf
- Dolen, N. (s.f.). Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/13/6180/5.pdf>

- Egas, J. Z. (2011). *Teoría de la seguridad jurídica*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/492989853.pdf>
- Egas, Z. J. (2010). *Teoría de la seguridad jurídica*. doi:<https://doi.org/10.18272/iu.v12i14.709>
- Fernández Nóvoa, C. (2001). *Tratado sobre Derecho de Marcas*. Marcial Pons. Obtenido de <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/rev-facultad-derecho-mx/article/viewFile/28640/25895>
- García García, J., Reding-Bernal, A., & López Alvarenga, J. (s.f.). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000400007
- García, L. (2024). La importancia de la doctrina del acto aclarado en litigios sobre propiedad intelectual. *pqcabogados*. Obtenido de <https://pqcabogados.com/la-importancia-de-la-doctrina-del-acto-aclarado-en-litigios-sobre-propiedad-intelectual/>
- Gómez Apac, H., Vergara Quintero, L., Romero Zambrano, H., Aguilar Feijoó, L., & Rodríguez Noblejas, K. (2019). Apuntes de Derecho Comunitario Andino. En *Apuntes de Derecho Comunitario Andino* (pág. 250). San Gregorio S.A. Obtenido de https://www.tribunalandino.org.ec/libros/LIBRO_DERECHO.pdf
- Harbermas, J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns* (Vol. 1). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. Obtenido de https://pics.unison.mx/doctorado/wp-content/uploads/2020/05/Teoria-de_la_accion_comunicativa-Habermas-Jurgen.pdf
- Haro Bravo, Z. V. (2019). *Las Marcas Notorias y Renombradas: Conceptualización, Protección y Publicidad*. Obtenido de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/8253>
- Herrera, J. C. (2015). La función social del derecho de autor. *Revista de derecho comunicaciones y nuevas tecnologías*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7496890>
- Herrera, J. C. (2015). La función social del derecho de autor. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7496890>
- Katyal, S. K. (2015). *Cosmopolitanism and the Transnational Trademark*. New York: Oxford University Press. Obtenido de https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1524&context=faculty_scholarship
- Leong, S. H. (2021). *The Internationalisation of Trademark Protection – Cambridge Handbook of International and Comparative Trademark Law*. New York: Cambridge University Press. Obtenido de https://assets.cambridge.org/97811084/23090/frontmatter/9781108423090_frontmatter.pdf
- Lipovetsky, G. (2007). *La felicidad paradójica*. Barcelona: Anagrama. Obtenido de https://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/felicidad_paradojica-11.pdf

- Lopera Echavarria, J. D., Ramírez Gómez, C. A., & Zuluaga Aristazábal. (2010). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL. *Critical Journal of Social and Juridical Sciences*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Lopez, P. L. (s.f.). Población y muestreo. *Scielo*. Obtenido de <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Luhmann, N. (2005). *El derecho de la Sociedad*. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24035w/DerechoSociedadOtros5.pdf>
- MartínezVillalba, R. (2014). *Revista La Propiedad Inmaterial*. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3914>
- Mendoza, M. V. (2006). La marca renombrada en el actual regimen comunitario andino. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1500/1/RF-06-Jurisprudencia.pdf>
- Miembros de la Organización Mundial del Comercio. (1994). *Acuerdo sobre los ADPIC (TRIPS)*. Marrakech: Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf
- Ministerio de Educación y Ciencia. (1986). *El Método del estudio de Casos. Aplicaciones prácticas, "investigación cualitativa", cuaderno No 6*.
- Montenegro, I. M. (2023). Sobre los métodos de la investigación jurídica. *Revista chilena de derecho y ciencia política*. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-21502023000100101&script=sci_arttext
- Moreno Cruz, R. (2007). El modelo garantista de Luigi Ferrajoli. Lineamientos generales. *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332007000300006
- OMPI. (2011). Revista de la OMPI. *OMPI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/es/web/wipo-magazine/articles/making-a-mark-in-global-markets-37679>
- OMPI. (s.f.). *Principios básicos de la propiedad industrial*. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf
- ONU, m. (2019). Las marcas como fenómenos culturales. *LLYC*. Obtenido de <https://www.uno-magazine.com/uno-32-consumer-and-brands-a-new-era/brands-as-cultural-phenomena>
- Ossorio, M. (s.f.). *Diccionario de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales*. Guatemala, C.A.: Datascan, S.A. Obtenido de <https://biblioteca.corteidh.or.cr/engine/download/blob/cidh/168/2021/11/41732.pdf?app=cidh&class=2&id=36378&field=168>
- Otamendi, J. (2017). *Derecho de marcas*. Abeledo Perrot. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/592552265/2-3-056-Otamendi-Derecho-Marcas-completo?v=0.216>
- Países miembros de la Unión de París. (1883). *Convenio de París*. París: Publicado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Obtenido de https://www.wipo.int/wipolex/es/text/288515#P116_19498

- Pérez , A. (2026). Principio de especialidad. Fundamentos básicos. *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/principio-de-especialidad-fundamentos-basicos>
- Pérez, J. M. (s.f.). *EL ALCANCE DEL INCISO "B)" DEL ARTÍCULO 8 DE LA LEY DE MARCAS*. Obtenido de <https://share.google/BxDuCWsqA2dvDc5z7>
- Pérez, O. M. (2023). *Diccionario Juridico*. Obtenido de <https://diccionariojuridico.org/definicion/hechos-notorios/>
- Pinto , J. A. (2000). LA TEORÍA DE LA ARGUMENTACIÓN JURÍDICA EN Roben Alexy. *Scala Learning*. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Argumentacion_Juridica/Teoria_de_la_argumentacion.pdf
- Poder Judicial de Puerto Rico. (Febrero de 2026). *Poder Judicial de Puerto Rico*. Obtenido de <https://poderjudicial.pr/servicios-a-la-comunidad/biblioteca/>
- Portales, R. E., & López Sánchez, R. (2007). *Los derechos fundamentales en la filosofía jurídica garantista de Luigi Ferrajoli*. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2977/4.pdf>
- Ramello, G. B. (2006). *Journal Economic Surveys*. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-6419.2006.00255.x>
- Sentencia del Tribunal de Justicia. (1998). *C-39/97. Canon*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:61997CJ0039>
- Stewart, L. (2025). *Atlas.ti*. Obtenido de <https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva>
- Suñol, A. (08 de 2015). *Almacén de derecho*. Obtenido de <https://almacenedderecho.org/aprovechamiento-indebido-de-la-reputacion-de-una-marca-y-free-riding>
- Tangarife Torres, M. (2020). La interpretación prejudicial del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el arbitraje nacional. *Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/rea/article/download/3484/4015/32060>
- Tribunal de Apelaciones de los Estados Unidos para el Segundo Circuito. (2.º Cir. 1961). 287 F.2d 492. *Justicia*. Obtenido de <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/287/492/317079/>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (s.f.). Obtenido de https://www.tribunalandino.org.ec/index.php/jurisprudencia/proceso_judicial/interpretaciones_prejudiciales/
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2001). *Interpretación Prejudicial 70-IP-2001*. Quito. Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr70ip01.pdf>
- TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA. (2006). *154-IP-2006*. Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr154ip06.pdf>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2007). *tribunalandino*. Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr48ip07.pdf>

- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2010). Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr110ip2010.pdf>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2013). *Interpretación Prejudicial 079-IP-2013*. Quito. Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr79ip2013.pdf>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2015). *Interpretación Prejudicial 110-IP-2015*. Quito. Obtenido de <https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/Pr110-IP-2015.doc>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2019). Alcances de la Clasificación Internacional de Niza. *Tribunal andino*. Obtenido de Alcances de la Clasificación Internacional de Niza
- TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA. (2021). *214-IP-2019*. Obtenido de https://www.comunidadandina.org/normativa-files/uploads/214_IP_2019_c5f0b5d9a8.pdf
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2021). *Interpretación Prejudicial 214-IP-2019*. Lima. Obtenido de <https://www.tribunalandino.org.ec/decisiones/IP/214-IP-2019.pdf>
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2021). *Interpretación Prejudicial 50-IP-2021*. Quito. Obtenido de https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/50_IP_2021.pdf
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2022). *Interpretación Prejudicial 164-IP-2022*. Quito. Obtenido de https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/164_IP_2022.pdf
- TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA. (2023). *153-IP-2022*. Obtenido de https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/153_IP_2022.pdf
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2024). Brochure informativo Acto Aclarado. *asipi*. Obtenido de <https://asipi.org/wp-content/uploads/2024/04/Brochure-informativo.-Acto-Aclarado.pdf>
- UE. (2017). Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo. *EUR-Lex*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017R1001>
- Vicente Leonel Jaime Sánchez, Keyla Monserrate Mero Delgado, & Holger Walfredy Velez Bailon. (2024). La Justicia Distributiva: Una mirada desde la Constitución del Ecuador 2008. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14207
- Vigo, R. L. (2017). *La interpretación (argumentación) jurídica en Estado de Derecho Constitucional*. Ciudad de Mexico. Obtenido de <https://biblioteca.corteidh.or.cr/tablas/33293.pdf>
- Vilela, P. G. (2006). la protección de las marcas notoriamente conocidas bajo el regimen comunitario andino. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/18439>
- William M. Landes, & Richard A. Posner. (1997). El contenido economico del derecho de marcas. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/15561>