

**UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

ESPECIALIZACIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL

**LAS MARCAS TRIDIMENSIONALES: LINEAMIENTOS PARA SU REGISTRO EN EL
SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL VENEZOLANO**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Propiedad Intelectual,
presentado por:**

Phillys Perdomo, Kevin Alexander V- 20.652.748

Tutora:

Matheus Osechas, Alida Sabrina

Caracas, julio 2026

DEDICATORIA

Para...

Gabriela y Mónica, mis amadas, por la fortaleza,
mi madre y padre, por la vida, familia
y a mi tutora, por su guía:
este logro es nuestro.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, los Phillys y los Perdomo, pilar fundamental de mi vida. A ellos, que con su amor incondicional, su paciencia y su constante respaldo, me han brindado el apoyo necesario que representa estar en este punto. Este logro es tan suyo como mío.

A la profesora Raizabel Mendez, quien fue mi primer contacto con esta casa de estudios y, en este último semestre, ha sido la responsable de la materia Seminario. Su acompañamiento desde el inicio hasta el cierre de esta etapa ha sido un privilegio, y le agradezco profundamente su dedicación y calidez.

A la profesora Sabrina Matheus, mi tutora, a quien tuve la fortuna de tener como mi primera profesora de seminario y con quien he tenido el privilegio de trabajar de la mano en esta investigación. Su dedicación, sabiduría y exigencia han sido la punta de lanza en este proceso.

A todos los profesores e invitados que compartieron generosamente sus conocimientos y experiencias. Cada una de sus enseñanzas ha dejado una huella imborrable en mi formación académica y personal.

A mis compañeros de clase, quienes con su ejemplo, esfuerzo y perseverancia me demostraron que este sueño es posible. Su compañía hizo que este camino fuera más ameno.

Finalmente, a la Universidad Monteávila, por labrar el camino que representó esta especialización y por brindarme las herramientas necesarias para crecer profesionalmente.

Con este trabajo se marca el cierre de esta etapa.

AUTORIZACIÓN

Yo, Kevin Alexander Phyllis Perdomo, mayor de edad, domiciliado en Caracas, portador de la cédula de identidad número V- 20.652.748, autor del trabajo especial de grado titulado LAS MARCAS TRIDIMENSIONALES: LINEAMIENTOS PARA SU REGISTRO EN EL SERVICIO AUTÓNOMO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, presentado ante la Universidad Monteávila para optar al título de Especialista en Propiedad Intelectual, otorgo mi autorización a la Universidad para comunicar públicamente mi obra en su Repositorio Institucional.

Esta autorización es válida para que el trabajo especial de grado sea usado, divulgado y prestado, en formato impreso, digital, electrónico, virtual y para usos en redes, internet, intranet y en general por cualquier formato conocido o por conocer, dónde se garantizará:

- El reconocimiento de mi autoría sobre la obra.
- La conservación de la obra entregada a través del Repositorio Institucional.
- La reproducción y/o transformación a cualquier formato, que permita su legibilidad en las diferentes herramientas ofrecidas por las tecnologías de información y comunicación.
- La visibilidad en internet a través de motores de búsqueda, directorios y demás medios de difusión del conocimiento interoperables con el Repositorio Institucional.

Caracas, 13 de julio de 2026



CARTA DE CONFIRMACIÓN DE LA TUTORA

Quien suscribe, **ALIDA SABRINA MATHEUS OSECHAS**, C.I. N° V- **14.454.077**, CONFIRMO **QUE EL TRABAJO ESPECIAL DE GRADO** presentado por el estudiante **KEVIN ALEXANDER PHILLYS PERDOMO**, C.I. **20.652.748**, cursante de la **Especialización en Propiedad Intelectual (EPI)**, titulado **Las Marcas Tridimensionales: Lineamientos Para su registro ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual** al cual me comprometí en orientar desde el punto de vista académico cumple con los requisitos para su presentación.

A los 17 días del mes julio de 2026.



Firma de la Tutora

Datos de la Tutora:

Nombre y Apellido: Alida Sabrina Matheus Osechas

Cédula: V-14.454.077

Av. Buen Pastor, Urb. Boleíta Norte, Caracas, Venezuela.

Telf.: 232.52.55/5142/3221 Fax: 232.56.23

Resumen

El presente Trabajo Especial de Grado tuvo como objetivo proponer lineamientos jurídicos-técnicos para el registro de marcas tridimensionales ante el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI), a partir de una interpretación actualizada de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la Ley de Propiedad Industrial de 1955. Se empleó una investigación proyectiva con diseño cualitativo y enfoque documental, mediante el análisis de la normativa venezolana e internacional, jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, doctrina especializada y Boletines de la Propiedad Industrial del SAPI. Los resultados evidencian que la práctica administrativa del SAPI ha negado sistemáticamente estas solicitudes bajo una lectura restrictiva de la Ley, sin distinguir entre la forma del producto mismo y el envase que lo contiene ni evaluar la distintividad inherente o adquirida. A partir de dicho análisis, se formularon seis lineamientos secuenciales que permiten al examinador verificar la función distintiva, diferenciar producto de envase, descartar genericidad y funcionalidad técnica, y admitir la distintividad adquirida mediante prueba de uso. Se concluye que la Ley de Propiedad Industrial vigente no prohíbe las marcas tridimensionales, y que su registro es viable aplicando criterios objetivos y casuísticos, en armonía con los tratados internacionales suscritos por Venezuela.

Palabras clave: marcas tridimensionales, propiedad industrial, distintividad, SAPI, lineamientos de registro.

Abstract

This graduate work aimed to propose guidelines for the registration of three-dimensional marks before the Autonomous Service of Intellectual Property (SAPI), based on an updated interpretation of paragraphs 6 and 9 of article 33 of the 1955 Industrial Property Law. A projective research with a qualitative design and documentary approach was used, analyzing Venezuelan and international regulations, case law of the Andean Community Court of Justice, specialized doctrine, and SAPI decisions. The results show that SAPI's administrative practice has systematically rejected such applications under a restrictive reading of the law, without distinguishing between product shape and packaging, nor assessing inherent or acquired distinctiveness. Based on this analysis, six sequential guidelines were formulated allowing the examiner to verify distinctive function, differentiate product from packaging, rule out genericness and technical functionality, and admit acquired distinctiveness through proof of use. It is concluded that the current Industrial Property Law does not prohibit three-dimensional marks, and their registration is feasible by applying objective, case-by-case criteria, in harmony with international treaties signed by Venezuela.

Keywords: three-dimensional marks, industrial property, distinctiveness, SAPI, registration guidelines.

Índice de Contenido

Pág

Introducción	4
CAPÍTULO I	7
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.1.- Identificación de necesidades	7
1.2.- Planteamiento del problema	9
1.3.- Objetivos de la Investigación	11
1.3.1.- Objetivo General	11
1.3.2.- Objetivos Específicos	12
1.4.- Justificación	12
1.5.- Alcance y delimitación	14
CAPÍTULO II	14
MARCO TEÓRICO	14
2.1.- Antecedentes	14
2.2.- Bases Teóricas	18
2.2.1.- La Distintividad	18
2.2.2.- La Funcionalidad Técnica	20
2.2.3.- La Representación Gráfica de Formas	23
Principios Generales del Derecho Marcario en Venezuela	30
a) Principio de Registrabilidad	30
b) Principio de Territorialidad	31
c) Principio de Especialidad	32
2.3. Bases Legales	34
2.3.1.- Normativa Internacional	34
2.3.2.- Normativa Nacional	38
CAPÍTULO III	42
MARCO METODOLÓGICO	42
3.1.- Línea de Investigación	42
3.2.- Tipo de Investigación	43
3.3.- Diseño de Investigación	43
3.4.- Técnicas y herramientas de recolección de datos	44
3.5.- Presentación y Análisis de Resultados	47

Análisis del desarrollo de la Práctica Administrativa en Materia de Marcas Tridimensionales	48
CAPÍTULO IV	60
DESARROLLO DE LA PROPUESTA	60
4.1.- Análisis del Artículo 33, ordinales 6° y 9°, de la Ley de Propiedad Industrial: Implicaciones para las Marcas Tridimensionales	60
4.2.- Consideraciones Metodológicas Preliminares	66
4.3.- Metodología Aplicación de los Lineamientos	67
4.3.1 Síntesis Metodológica Lineamientos para el examen de registrabilidad de marcas tridimensionales ante el SAPI	77
CAPÍTULO V	78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84
ANEXOS	84

Lista de Acrónimos	
Sigla	Significado
ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo TRIPS, por sus siglas en inglés)
IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
LOPA	Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos
LPI	Ley de Propiedad Industrial (Venezuela, 1956)
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
SAPI	Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (Venezuela)
TJCA	Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina
TJCE	Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (actual TJUE)
TJUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea

Introducción

La propiedad industrial, como rama de la propiedad intelectual que protege las creaciones técnicas y los signos distintivos, constituye un engranaje esencial para el desarrollo económico y la competitividad en los mercados globalizados. Dentro de esta categoría, las marcas tradicionalmente nominativas o figurativas han evolucionado hacia configuraciones volumétricas, conocidas como marcas tridimensionales, que permiten a los empresarios diferenciar sus productos mediante la forma de los envases o presentaciones. Este fenómeno, ampliamente reconocido en el derecho comparado y en tratados internacionales como el Convenio de París (CUP) y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), plantea desafíos particulares en aquellos ordenamientos que, como el venezolano, no han incorporado expresamente esta figura en su legislación nacional.

En Venezuela, la Ley de Propiedad Industrial (LPI) de 1956 no contiene mención expresa a las marcas tridimensionales. Esta omisión ha generado un vacío interpretativo que el presente trabajo se propone resolver mediante la formulación de lineamientos técnicojurídicos para el SAPI.

No obstante, la dinámica económica actual en Venezuela evidencia una progresiva reactivación. Las recientes reformas macroeconómicas, la apertura sectorial y el incremento en las señales de confianza para la inversión nacional y extranjera configuran un entorno de negocios que demanda marcos normativos claros y actualizados. En este contexto de transición, resulta imperativo abordar la figura de las marcas tridimensionales, dado que su protección efectiva coadyuvará a alinear al país con los estándares internacionales y a proveer seguridad jurídica a los operadores económicos.

Frente a la necesidad de actualizar el sistema, podrían plantearse dos vías: una reforma legislativa que modifique la LPI, o la adopción de lineamientos interpretativos por parte del Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI). La primera, aunque deseable, es incierta en el corto plazo dada la complejidad del proceso parlamentario. La segunda, en cambio, ofrece una solución práctica, inmediata y administrativamente ejecutable. Por ello, el presente trabajo sostiene que la aplicación de lineamientos jurídico-técnicos resulta más realista que esperar por una necesaria reforma legislativa en materia de propiedad industrial.

El propósito de este Trabajo Especial de Grado (TEG) es proponer dichos lineamientos para el registro de marcas tridimensionales ante el SAPI, basados en una interpretación rigurosa de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI, con el fin de garantizar la seguridad jurídica de los titulares. La investigación se justifica por la necesidad de dotar a los examinadores y a los operadores de la propiedad industrial de un instrumento objetivo que reduzca la discrecionalidad restrictiva, así como por la importancia de proteger la imagen comercial de los productos en un momento de recuperación económica.

Metodológicamente, el estudio se adscribe a la investigación proyectiva, con diseño cualitativo y con enfoque documental. Se analizaron fuentes normativas nacionales e internacionales, jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Boletines de la Propiedad Industrial del SAPI, doctrina especializada y guías de otras oficinas de propiedad industrial (como la del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial).

La estructura del TEG se organiza en cinco capítulos. El Capítulo I plantea el problema de investigación: identificación de necesidades, planteamiento, objetivos, justificación y alcance. El Capítulo II desarrolla el marco teórico, con antecedentes, bases teóricas (distintividad, funcionalidad técnica) y bases legales. El Capítulo III expone el marco metodológico, detallando la línea de investigación, el tipo y diseño, la unidad de análisis, las técnicas de recolección y la presentación de resultados. El Capítulo IV constituye el núcleo de la propuesta: el análisis interpretativo de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 y se establecen lineamientos secuenciales para el examen de registrabilidad. El Capítulo V presenta las conclusiones y recomendaciones.

El propósito de este estudio es servir de complemento a la práctica administrativa del SAPI, coadyuvando así al robustecimiento de la seguridad jurídica en un sector estratégico para el desarrollo económico de la nación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- Identificación de necesidades

En el sistema venezolano de propiedad industrial, el registro de signos distintivos constituye un mecanismo esencial para la identificación de productos y servicios en el mercado, así como para la garantía de la libre competencia y la protección de los derechos de los titulares. No obstante, en el ámbito específico de las marcas tridimensionales aquellas configuraciones volumétricas que distinguen un producto o su envase se ha identificado una necesidad no satisfecha de lineamientos claros, actualizados y técnicamente fundados que orienten su registro ante el SAPI esta necesidad se desprende de la aplicación de varias fuentes de detección previstas en la metodología de investigación.

En primer lugar, se constata la ausencia de un instrumento normativo o administrativo interno en el SAPI que regule, de manera expresa y pormenorizada, el examen de registrabilidad de las marcas tridimensionales. La LPI plenamente vigente tras la denuncia del Acuerdo de Cartagena en 2006 no contempla la categoría 'tridimensional' ni prevé requisitos de fondo para esta figura. En consecuencia, el cuerpo examinador carece de criterios unificados que permitan distinguir entre los signos susceptibles de registro y aquellos incursos en las prohibiciones previstas en los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la citada ley. Esta laguna procedimental deviene en decisiones discrecionales, inseguridad jurídica y una eventual transgresión al principio de igualdad de los administrados.

En segundo lugar, el contraste entre la práctica del SAPI y los estándares internacionales revela una brecha significativa en materia de protección de signos distintivos tridimensionales.

Mientras que en el derecho comparado como la Decisión 486 de la Comunidad Andina, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de 1994 o las guías del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) se reconoce expresamente la posibilidad de registrar formas tridimensionales que posean carácter distintivo, la ausencia de lineamientos claros en el ordenamiento venezolano ha llevado a decisiones administrativas que deniegan sistemáticamente este tipo de solicitudes. Un ejemplo paradigmático de esta situación se encuentra en el Boletín de la Propiedad Industrial N° 508, publicado el 17 de noviembre de 2009, en el cual se divulgaron, entre otras, las Resoluciones N° 1364 y 1370, ambas dictadas el 06 de noviembre de 2009, Tomo I, páginas 18 y 22 respectivamente. En dichas resoluciones, el SAPI rechazó sendas solicitudes de registro de marcas tridimensionales argumentando, fundamentalmente, que la LPI no contempla expresamente la protección de esta categoría de signos. Independientemente de la corrección jurídica de dicho criterio cuestión que ha sido objeto de debate doctrinal, lo relevante es que esta postura evidencia la ausencia de un procedimiento estandarizado y de criterios objetivos para evaluar la distintividad de las configuraciones volumétricas, lo que genera inseguridad jurídica y desalienta la innovación empresarial en el país.

En tercer lugar, el análisis crítico de la realidad administrativa evidencia que el SAPI, al aplicar el principio de legalidad de manera restrictiva, ha subsumido las solicitudes de marcas tridimensionales en las prohibiciones del artículo 33, ordinales 6° y 9°, sin realizar una evaluación casuística de la distintividad. Con frecuencia, el órgano rector califica estas solicitudes como “la forma usual del producto” o “figuras que no revisten novedad”, sin verificar si la configuración volumétrica es arbitraria, caprichosa o posee una función distintiva autónoma. Esta interpretación extensiva de las causales de irregistrabilidad ha frustrado la protección de envases y presentaciones que legítimamente podrían funcionar como signos diferenciadores del origen

empresarial, generando indefensión a los titulares y desincentivando la innovación en el diseño comercial.

Finalmente, se identifica una necesidad de homogeneización de criterios entre los examinadores de la Dirección de Marcas del SAPI. La ausencia de lineamientos provoca que decisiones similares sean resueltas de manera distinta, dependiendo de la formación o criterio personal del funcionario actuante. Esta situación vulnera los principios de seguridad jurídica, igualdad y previsibilidad que deben regir la actividad administrativa (artículo 30 de la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos).

Por todo lo expuesto, se hace necesario desarrollar lineamientos jurídico-técnicos dirigidos al SAPI que, a partir de una interpretación rigurosa y sistemática de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI, permitan viabilizar el registro de marcas tridimensionales cuando estas cumplan efectivamente una función distintiva y no incurran en causales de irregistrabilidad. La satisfacción de esta necesidad contribuirá a la seguridad jurídica de los titulares, a la modernización de la práctica administrativa y a la armonización del sistema venezolano con los estándares internacionales en materia de propiedad intelectual.

1.2.- Planteamiento del problema

El SAPI al aplicar el principio de legalidad sobre una ley anacrónica, está realizando una interpretación restrictiva y literal que choca con la realidad comercial y los derechos de los particulares. La LPI, como marco normativo de derecho positivo que regula la materia en Venezuela, establece los parámetros sustantivos y procedimentales dentro de los cuales el Estado debe administrar y proteger los bienes inmateriales. En el ámbito del libre comercio, los

particulares (creadores y empresarios) actúan amparados por el principio de la autonomía de la voluntad, innovando en las formas, empaques y presentaciones de sus productos para competir en el mercado.

En el ámbito mundial, la evolución de los signos distintivos ha trascendido las tradicionales configuraciones nominativas o figurativas, dando paso a formas tridimensionales que permiten a los empresarios diferenciar sus productos en mercados cada vez más competitivos. Instrumentos internacionales como el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (CUP) y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), así como las legislaciones de países de tradición jurídica avanzada, reconocen expresamente la protección de estas figuras, siempre que cumplan con los requisitos de distintividad y no incurran en causales de irregistrabilidad.

A nivel latinoamericano, la Decisión 486 de la Comunidad Andina, vigente para los países miembros, establece un marco normativo que admite el registro de formas tridimensionales, siempre que posean carácter distintivo y no estén incursas en las prohibiciones expresas del ordenamiento comunitario. Este instrumento ha servido de guía para armonizar los criterios de examen en la región, facilitando la protección de las configuraciones volumétricas que identifican el origen empresarial de los productos.

No obstante, en el ordenamiento jurídico venezolano, la LPI, cuyo texto data de 1955 y no ha sido objeto de una actualización integral, no incorporó expresamente esta categoría de signos distintivos. Este desfase temporal ha generado un profundo conflicto de interpretación al momento de aplicar la ley a las realidades comerciales contemporáneas. Bajo una exégesis

restrictiva del principio de legalidad, el SAPI ha negado sistemáticamente el registro de marcas tridimensionales, argumentando la falta de previsión expresa en la LPI, como se evidencia en el BPI de 2009 anteriormente mencionado. Esta postura ignora la posibilidad de una interpretación sistemática que, a la luz de los tratados internacionales suscritos por la República, permitiría admitir formas volumétricas con carácter distintivo. Al asumir dogmáticamente que estas configuraciones son simplemente "la forma o color de los productos" o "figuras que no revisten novedad", el órgano rector obvia el análisis de su verdadera capacidad distintiva, generando inseguridad jurídica y dejando en indefensión a los titulares de derechos, quienes ven frustrada la posibilidad de proteger la distintividad en la presentación de sus productos.

En consecuencia, el problema se concreta en la ausencia de criterios objetivos y procedimientos estandarizados que orienten al examinador y garanticen una evaluación uniforme de la distintividad de estas formas dentro del actual marco legal venezolano, lo que profundiza la brecha entre las prácticas administrativas locales y los estándares internacionales en materia de propiedad industrial.

1.3.- Objetivos de la Investigación

A partir de las necesidades identificadas en el planteamiento del problema y en atención a las variables que de él se derivan, se formulan los siguientes objetivos, los cuales orientan el desarrollo del presente trabajo:

1.3.1.- Objetivo General

Proponer lineamientos jurídico-técnicos para el registro de marcas tridimensionales ante el SAPI, basados en una interpretación de los ordinales 6º y 9º del artículo 33 de la LPI, que garantice la seguridad jurídica de los titulares.

1.3.2.- Objetivos Específicos

1.- Examinar el tratamiento de las marcas tridimensionales en el derecho comparado (Decisión 486, legislación mexicana y jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea) y en la normativa venezolana, a fin de determinar los criterios de registrabilidad aplicables.

2.- Analizar las causales de irreregistrabilidad de los ordinales 6º y 9º del artículo 33 de la LPI, contrastando la interpretación del SAPI con la jurisprudencia andina y extranjera, para identificar los obstáculos actuales al registro

3.- Formular, los lineamientos jurídico-técnicos dirigidos al SAPI que permitan viabilizar el registro de marcas tridimensionales mediante una interpretación de las causales de irreregistrabilidad contenidas en los ordinales 6º y 9º del artículo 33 de la LPI

1.4.- Justificación

El estudio de la propiedad industrial en Venezuela plantea un desafío jurídico y práctico de primera magnitud. Ello se debe, en primer lugar, a la escasa producción doctrinal nacional que aborde de manera específica y sistemática las marcas tridimensionales, lo que contrasta con la profusa discusión que este tema ha generado en el derecho comparado.

En segundo lugar, la dificultad se acrecienta porque los signos tridimensionales se hallan separados de otras categorías de protección (diseños o modelos industriales y modelos de utilidad) por una línea particularmente tenue. Cualquier desliz en la calificación de una forma volumétrica puede conducir, por vía de hecho, a invadir campos que corresponden a otros derechos: la función ornamental o estética propia del diseño industrial, o la ventaja técnica

funcional propia del modelo de utilidad. De allí que el tratamiento de las marcas tridimensionales requiere un abordaje acucioso, en el que la distintividad y la no funcionalidad deban ser valoradas con precisión quirúrgica para no otorgar, bajo la apariencia de una marca, un monopolio perenne sobre soluciones técnicas o sobre formas impuestas por la naturaleza del producto.

La protección de la forma de los productos y sus envases conocida como marcas tridimensionales constituye un debate vigente a escala global. La academia y la jurisprudencia internacional coinciden en que los principales obstáculos para el registro de estos signos radican en la dificultad para probar su capacidad distintiva y en su estrecha frontera con la funcionalidad técnica, cuyo monopolio corresponde temporalmente al sistema de patentes. En cuanto a lo primero, Fhima (2023) señala que “el consenso general es que resulta casi imposible registrar una marca tridimensional como marca de la Unión Europea, y si se quiere lograr, se requiere prueba de reconocimiento por parte del consumidor (distintividad adquirida)”¹ (p. 4). Respecto a la funcionalidad técnica se advierte que: se fundamenta en la necesidad de impedir que un titular obtenga, a través del registro de una marca, un monopolio perpetuo sobre una solución técnica que, por su naturaleza, debe ser susceptible de protección temporal mediante patentes o quedar en el dominio público, Antequera Parilli (2008).

El SAPI del mismo modo suele subsumir estas solicitudes en las prohibiciones del artículo 33, ordinales 6º y 9º, clasificándolas como “forma usual” del producto sin analizar su distintividad ni los tratados internacionales suscritos por la República.

Este vacío normativo y procedimental genera un estado de indefensión para los titulares de derechos. Por ello, el presente Trabajo Especial de Grado (TEG) propone la elaboración de lineamientos jurídico-técnicos para el registro de marcas tridimensionales. Más que una crítica a

¹ Texto original: “The general consensus is that it is almost impossible to register a shape mark as an EU trade mark (EUTM), and if they are to be registered, proof of existing consumer recognition (acquired distinctiveness) is required.”

la ley vigente, esta investigación constituye una iniciativa concreta para ofrecer una guía estructurada a los examinadores del SAPI y a los profesionales del derecho, que permita una interpretación armónica y actualizada de los ordinales 6º y 9º del artículo 33 de la LPI.

1.5- Alcance y delimitación

En función de la línea de investigación planteada, el presente TEG posee un alcance institucional y jurídico-práctico. El ámbito de actuación y aplicación de la propuesta se circunscribe directamente al SAPI, como órgano rector en la materia, y más específicamente a los funcionarios adscritos a la Dirección de Marcas.

En cuanto a su cobertura, si bien la propuesta se dirige a un ente centralizado físicamente en la ciudad de Caracas, el alcance de los lineamientos posee cobertura y efectos de carácter nacional, incidiendo sobre el otorgamiento de derechos de exclusividad en todo el territorio de la República.

Respecto a la población afectada, el trabajo impactaría de forma directa al capital humano del SAPI, dotándolos de un instrumento que optimice su labor y reduzca la discrecionalidad restrictiva. De forma indirecta, contribuiría ampliamente al ecosistema económico, impactando a emprendedores, empresarios y apoderados legales, quienes contarán con seguridad jurídica para proteger la imagen comercial de sus productos en el país. Al tratarse del diseño de lineamientos jurídico-técnicos y doctrinarios, los recursos materiales y financieros necesarios para su formulación e implementación institucional son plenamente viables y se apoyan fundamentalmente en el capital intelectual y documental.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes

En su obra *Las Marcas Comerciales en Venezuela*, Leopoldo Palacios (1968) realiza una de las primeras aproximaciones sistemáticas a lo que hoy se conoce como marcas tridimensionales, bajo la denominación de "marcas plásticas". El autor las define como aquellos signos distintivos que adoptan la forma de los productos, de sus envases, recipientes o envolturas, constituyendo el medio material que se emplea como elemento diferenciador de las mercancías en el mercado.

De acuerdo con Palacios (1968), las marcas plásticas se caracterizan por ser aprehensibles por el sentido de la vista, distinguiéndose de las marcas nominativas (basadas en palabras) y de las figurativas (basadas en dibujos o gráficos) por su naturaleza volumétrica o tridimensional. Dentro de esta categoría, el autor incluye también las figuras geométricas y los relieves, siempre que cumplan con la función esencial de todo signo distintivo: diferenciar un producto de otros similares.

El autor *in comento* advierte que, en Venezuela, las marcas plásticas tenían un uso muy limitado para la época de su publicación. Señala, a modo ilustrativo, que se utilizaban fundamentalmente en productos como harinas, detergentes, granos y otros artículos que, por su propia naturaleza, permitían ser empaquetados o embolsados adoptando una forma característica o recibiendo la denominación de una figura determinada.

En cuanto a los requisitos de registrabilidad aplicables a estos signos, Palacios (1968) enfatiza que toda marca, incluidas las plásticas, debe cumplir con el carácter distintivo como elemento esencial. Al respecto, sostiene que cualquier signo o medio material elegido como marca debe ser distinto, es decir, diferente y no confundible con otros ya empleados para distinguir la misma especie de producto. Esta exigencia de distintividad resulta particularmente relevante para las marcas tridimensionales, pues su forma no debe confundirse con la apariencia usual o genérica del producto que pretenden distinguir.

Asimismo, Palacios (1968) analiza las causales de irregistrabilidad contenidas en el artículo 33 de la LPI, destacando especialmente la prohibición establecida en el ordinal 9º, que impide registrar los términos de uso general, las palabras que indiquen el género, la especie, la naturaleza, el origen, la calidad o la forma de los productos. Esta disposición, aunque redactada originalmente para signos denominativos, resulta extensible por analogía a las marcas plásticas cuando la forma del producto responde a su función técnica o a su naturaleza inherente, casos en los cuales carecería de la distintividad necesaria para su protección.

Finalmente, Palacios (1968) clasifica las marcas plásticas dentro de su taxonomía general de los signos distintivos por su forma externa o presentación, junto con las marcas nominativas, figurativas, mixtas, complejas o asociadas, y compuestas. Esta clasificación permite comprender que las marcas tridimensionales constituyen una categoría autónoma dentro del sistema marcario, con características propias que las diferencian de los signos tradicionales.

En su texto *La Protección Legal de las Marcas Tridimensionales* (con especial referencia a las marcas constituidas por envases), publicado en 2008 en la revista *Derecho y Sociedad*, Antequera Parilli se propuso analizar la problemática de estos signos desde la perspectiva del derecho comunitario andino, específicamente la Decisión 486, que constituía el marco legal aplicable en Venezuela antes de la denuncia del Acuerdo de Cartagena en 2006. Para ello, el autor empleó una metodología de análisis dogmático-jurídico, examinando la normativa comunitaria, la doctrina especializada y los principios generales del derecho marcario.

En primer lugar, Antequera Parilli (2008) define las marcas tridimensionales como signos que poseen volumen y ocupan las tres dimensiones del espacio (alto, ancho y profundidad), siendo perceptibles por la vista y el tacto. El autor destaca que, a diferencia de lo que pudiera creerse, estas marcas no necesitan cumplir con los requisitos de "originalidad" o "novedad" propios del derecho de autor o de patentes, sino que su requisito esencial es la distintividad, es

decir, la capacidad de identificar y diferenciar un producto en el mercado. Esta distintividad debe apreciarse en la forma misma del envase o producto, con prescindencia de las etiquetas denominativas o figurativas que puedan acompañarlo. Asimismo, el autor analiza las causales de irregistrabilidad específicas para estos signos, contenidas en el artículo 135, literal c) de la Decisión 486, que prohíbe registrar aquellas formas que consistan "exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases".

Por último, el texto examina la relación entre las marcas tridimensionales y otras figuras como los diseños industriales y las obras de arte. Antequera Parilli (2008) sostiene que una misma expresión tridimensional puede ser protegida simultáneamente como marca (si es distintiva) y como diseño industrial (si es novedosa y ornamental), siempre que se cumplan los requisitos de cada figura. El autor concluye que la protección de los envases como marcas tridimensionales es posible cuando presentan características particulares que los alejan de lo común y habitual, y que dicha capacidad distintiva debe ser evaluada en cada caso concreto como una cuestión de hecho, no existiendo reglas abstractas que determinen cuándo una forma es o no registrable.

En su artículo La Distintividad como Requisito Fundamental para el Registro de una Marca, publicado en la Revista Propiedad Intelectual (2012), López Jaén analiza el principio de distintividad en el régimen marcario venezolano tras el retiro de Venezuela de la Comunidad Andina en 2006 y el consecuente retorno a la aplicación exclusiva de la LPI. A través de un estudio dogmático-jurídico respaldado por el análisis de casos del Boletín de la Propiedad Industrial del SAPI, el autor sostiene que el país enfrenta un marco regulatorio desfasado frente a las dinámicas del comercio global. Al respecto, cuestiona la tendencia restrictiva de las autoridades administrativas en la concesión de signos distintivos, fundamentada en una presunta falta de distintividad; criterio que soslaya que la República sigue vinculada al CUP y al ADPIC,

instrumentos internacionales que consagran la distintividad como el presupuesto fundamental del derecho marcario.

En lo que atañe a las marcas tridimensionales, López Jaén examina la prohibición contenida en el ordinal 6º del artículo 33 de la LPI (referida a los colores) y su relación con el ordinal 9 (relativo a las formas de los productos). Cuestiona la práctica restrictiva del SAPI, documentando casos concretos como el publicado en el Boletín de Propiedad Industrial N° 524 de fecha 20 de octubre de 2011. Resolución N° 3770 de fecha 07-10-2011 Tomo I p. 26. Solicitud N° 2005-021737. En dicho caso, la empresa Fuller Interamericana, C.A. solicitó el registro de una marca tridimensional para productos de la clase 5. El SAPI negó la solicitud con fundamento en el artículo 33, ordinal 6º, argumentando que “la forma consiste en la forma usual del producto para el cual se va a usar”, sin evaluar siquiera la distintividad del conjunto ni considerar que dicha causal está prevista originalmente para los colores, no para las formas tridimensionales. Citando a Rangel (2011), el autor señala que una forma tridimensional será registrable cuando sea peculiar o particular y no consista en la forma impuesta por la naturaleza o el dominio público. Asimismo, critica la incongruencia de que un envase pueda protegerse como diseño industrial pero no como marca, cuando en la práctica dicho diseño cumple una función distintiva.

López Jaén concluye que la distintividad debe ser evaluada con criterios objetivos y preestablecidos, evitando la discrecionalidad del funcionario examinador, y propone que las autoridades administrativas venezolanas deben evolucionar hacia el reconocimiento de figuras no tradicionales, como las marcas tridimensionales, pues el derecho debe responder a las necesidades de la realidad histórica y comercial.

2.2.- Bases Teóricas

2.2.1.- La Distintividad

La distintividad constituye el atributo fundamental sin el cual ningún signo puede ser considerado ni registrado como marca. La doctrina especializada ha definido este concepto como la capacidad inherente de un signo para identificar los productos o servicios de una empresa y diferenciarlos de aquellos ofrecidos por sus competidores en el mercado. En este sentido, la distintividad cumple una doble función: por una parte, permite al consumidor asociar un producto con un origen empresarial determinado; por la otra, protege el esfuerzo del titular al evitar que terceros se aprovechen indebidamente del prestigio o la reputación que dicho signo haya adquirido (Antequera Parilli, 2008).

De acuerdo con el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, citado por Antequera Parilli (2008), la distintividad se descompone en dos dimensiones complementarias. La distintividad intrínseca se refiere a la aptitud natural del signo para individualizar un producto o servicio, es decir, su capacidad para ser percibido por el consumidor como un identificador de origen empresarial. La distintividad extrínseca, por su parte, alude a la capacidad del signo para diferenciarse efectivamente de otros signos ya existentes en el mercado que identifican productos o servicios de la misma clase o de clases conexas. Ambas dimensiones deben concurrir para que un signo pueda ser considerado apto para el registro.

En el caso específico de las marcas tridimensionales, la apreciación de la distintividad presenta particularidades que la distinguen de los signos tradicionales denominativos y figurativos. Antequera Parilli (2008) advierte que la capacidad distintiva debe ubicarse en la forma misma del envase o del producto, con prescindencia de los elementos denominativos (nombres) o bidimensionales (dibujos o gráficos) que puedan acompañar al diseño volumétrico. Es decir, la marca tridimensional debe ser un signo distintivo por sí misma, y su fuerza diferenciadora no puede confundirse con la que puedan tener las etiquetas que se adhieran a ella. Por esta razón, el autor sostiene que la distintividad en las marcas tridimensionales es siempre una cuestión de

hecho que debe ser apreciada en cada caso concreto, no existiendo reglas abstractas que permitan afirmar que una determinada forma es *per se* distintiva o carece de dicha cualidad.

2.2.2.- La Funcionalidad Técnica

La funcionalidad técnica constituye una de las causales de irregistrabilidad más relevantes en materia de marcas tridimensionales, pues delimita la frontera entre el derecho marcario y el derecho de patentes o modelos de utilidad. Esta causal se fundamenta en la necesidad de impedir que un titular obtenga, a través del registro de una marca, un monopolio perpetuo sobre una solución técnica que, por su naturaleza, debe ser susceptible de protección temporal mediante patentes o quedar en el dominio público una vez vencido el plazo de exclusividad. En este sentido, la normativa andina contenida en la Decisión 486 (art. 135, literal d) establece que no pueden registrarse como marcas los signos que consistan "exclusivamente en formas u otros elementos que den una ventaja funcional o técnica al producto o al servicio al cual se aplican".

De acuerdo con Antequera Parilli (2008), la funcionalidad técnica se presenta cuando la forma tridimensional que se pretende registrar como marca está dictada exclusivamente por la función que debe cumplir el producto, de manera que dicha forma es necesaria para que el producto pueda desempeñar su cometido. En estos casos, conceder un derecho de marca sobre la forma equivaldría a otorgar un monopolio sobre la solución técnica misma, lo cual frustraría el propósito del sistema de patentes, que concede derechos temporales a cambio de la divulgación de la invención. El autor ilustra esta situación con el ejemplo de un envase diseñado exclusivamente para evitar el escape del gas en bebidas carbonatadas, cuya forma responde a un imperativo técnico y no a una función distintiva.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha precisado que, para que opere la prohibición por funcionalidad técnica, la ventaja funcional debe derivarse exclusivamente de la forma del producto. No obstante, el Tribunal de Primera Instancia de la Comunidad Europea ha admitido la posibilidad de coexistencia entre la ventaja técnica y la forma de presentación, señalando que:

En la medida en que el público interesado perciba el signo como una indicación del origen comercial del producto o del servicio, el hecho de que el signo cumpla al mismo tiempo una función no indicativa de dicho origen, como, por ejemplo, una función técnica, no incide en su carácter distintivo (citado por Antequera Parilli, 2008, 34).

De esta manera, se admite que una forma tridimensional puede ser registrable como marca si posee carácter distintivo, aun cuando también cumpla alguna función técnica, siempre que dicha función no sea la razón exclusiva de la forma.

Rangel Ortiz (2011), en su estudio sobre la forma del producto como marca tridimensional, aborda la funcionalidad técnica como uno de los límites fundamentales para el registro de estos signos. El autor sostiene que la protección marcaria de una forma tridimensional procede únicamente cuando dicha forma es peculiar, particular, especial y diferente de la forma común y corriente que los productos de su misma especie tienen en el mercado. Por el contrario, si la forma está impuesta por la naturaleza del producto o por la función que este está llamado a cumplir, se estará ante una forma carente de distintividad y, por tanto, excluida de la protección marcaria.

De acuerdo con afirmado por Rangel Ortiz (2011), la norma contenida en el artículo 90, ordinal 3 de Ley de la Propiedad Industrial de México, es el equivalente a los supuestos contenidos en los ordinales 6º y 9º del artículo 33 de la LPI, ya que dicha ley mexicana prohíbe el registro de:

Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de originalidad que las distinga fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial (p. 122).

Esta disposición refleja el principio según el cual la funcionalidad técnica constituye un obstáculo para el registro marcario, pues conceder un derecho de exclusiva sobre una forma necesaria para el funcionamiento del producto equivaldría a otorgar un monopolio perpetuo sobre una solución técnica que debe permanecer en el dominio público o ser protegida temporalmente por el sistema de patentes.

El autor ilustra esta distinción con ejemplos concretos, señalando que la forma de una pastilla de jabón que sea "novedosa y especial" puede constituir una marca tridimensional registrable, siempre que no se trate de "la forma que necesariamente deba tener el producto, impuesta por la razón de ser del producto y la función que está llamado a cumplir" (Rangel Ortiz, 2011, pp. 95). Asimismo, cita la jurisprudencia mexicana que ha sostenido que "no se requiere que la forma sea nueva en sí misma; basta con que sea nueva en relación con los productos con los que está asociada esa forma" (p. 96). En consecuencia, si un fabricante es el primero en presentar un producto con una forma peculiar que nunca antes ha sido usada por otro fabricante de productos similares, dicha forma es susceptible de protección marcaria, a menos que responda a imperativos funcionales o técnicos que la hagan necesaria para todos los competidores.

En México, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) ha publicado una Guía del Usuario de Signos Distintivos en la que se establecen lineamientos específicos para la presentación de solicitudes de marcas tridimensionales. De acuerdo con este documento, la

marca tridimensional se define como "los envoltorios, empaques, envases, la forma o presentación de los productos en sus tres dimensiones (alto, ancho y fondo)", debiendo presentarse "sin denominación ni diseños" (IMPI, p. 7). En cuanto a la representación gráfica, la guía exige que el solicitante adjunte "la figura integral vista por 3 lados o perspectivas" y prohíbe "mostrar las partes por separado" o incluir "imágenes que describan la funcionalidad del producto" (IMPI, s.f., p. 47). Estos criterios contrastan con la ausencia de lineamientos análogos en el SAPI, lo que evidencia la necesidad de adoptar instrumentos similares para garantizar la seguridad jurídica en el registro de signos tridimensionales.

2.2.3.- La Representación Gráfica de Formas

La representación gráfica de las formas constituye, en el ámbito del derecho de marcas, el mecanismo formal que permite plasmar en el expediente de solicitud un signo tridimensional esto es, la configuración externa de un producto, su envase o su apariencia a los fines de su registro. Dicha representación debe ser clara, precisa y autosuficiente, de modo que delimite inequívocamente el objeto de protección y permita al público consumidor percibir el signo de manera objetiva. Tradicionalmente, la representación se ha efectuado mediante reproducciones gráficas o fotografías que pueden incluir hasta seis perspectivas diferentes de la misma forma; no obstante, la evolución normativa ha ampliado este concepto al admitir modelos asistidos por computadora o simulaciones animadas.

La relevancia de este requisito radica en que la representación gráfica no constituye un mero trámite formal, sino un presupuesto sustancial para la viabilidad del registro. A partir del 1 de octubre de 2017, la normativa de la Unión Europea establece que la representación de la marca define, por sí sola, el objeto del registro, sin que resulte admisible una descripción

complementaria que modifique o amplíe su contenido (EUIPO, 2023). En este sentido, la susceptibilidad de representación gráfica se erige como una condición sine qua non para que cualquier signo, incluidos los tridimensionales, pueda acceder a la protección marcaria, pues sólo a través de una representación adecuada se garantizan la seguridad jurídica y la determinación precisa del derecho concedido.

Distinción Entre la “Novedad” Marcaria y la “Novedad” Patentaria

Criterio	Novedad en Derecho Marcario	Novedad en Derecho de Patentes
Naturaleza del requisito	Distintividad del signo (capacidad de identificar origen empresarial)	Característica técnica de la invención (no comprendida en el estado de la técnica)
Alcance temporal según la LPI	Infinita (renovable cada quince años a petición de la parte interesada)	Finita (cinco o diez años)
Objeto de protección	Signo perceptible que distingue productos o servicios	Invención, modelo de utilidad o diseño industrial que resuelva un problema técnico
Análisis de novedad	Relativo (comparación con signos idénticos o similares para productos o servicios afines)	Absoluto y universal (comparación con todo el estado de la técnica a nivel mundial)
Excepción a la pérdida de novedad	No aplica (el uso no destruye la distintividad; puede incluso generarla a través de la distintividad adquirida o <i>secondary meaning</i>)	Período de gracia (no previsto en la LPI venezolana; opera como regla general la novedad absoluta)
Carácter	Prohibición relativa de registro (artículo 33, ordinal 10 de la LPI)	Requisito sustantivo de patentabilidad, insubsanable

La distinción entre la "novedad" como requisito para el registro de una marca y el requisito homónimo para la concesión de una patente constituye una de las diferencias fundamentales y, a la vez, una de las áreas de mayor confusión en la práctica del derecho de propiedad intelectual. Aunque ambos institutos jurídicos comparten el objetivo de proteger creaciones intelectuales, el contenido, la extensión y la finalidad de la "novedad" en cada rama son radicalmente distintos. A continuación, se desarrolla un análisis académico de estas diferencias en el marco del

ordenamiento jurídico venezolano, identificando la esencia funcional de cada requisito y su interacción en la práctica del SAPI.

En el ámbito del derecho marcario venezolano, la "novedad" exigida por el artículo 27 de la LPI no tiene una connotación técnica o inventiva, sino que refiere a la capacidad de un signo para distinguir un producto o servicio en el mercado (Sánchez, V. J. L., 2024). Tal como se desprende de la doctrina, "el principio de novedad de los signos distintivos (LPI: artículo 27) da cabida a la concesión, registro y tutela de los denominados signos distintivos", estos se basan en el carácter distintivo de estos signos.

El concepto de "novedad" en el derecho de marcas es, en esencia, un concepto de no confusión y aptitud distintiva, vinculado a la percepción del consumidor medio. Una marca es "nueva" en tanto no existe en el mercado otro signo idéntico o semejante que pueda generar confusión respecto de productos o servicios similares. Este principio encuentra su máxima expresión en los tratados internacionales, que definen la materia objeto de la marca en función de su capacidad distintiva.

El artículo 15.1 del ADPIC establece que *"Podrá constituir una marca de fábrica o de comercio cualquier signo o combinación de signos que sean capaces de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas"*. Esta redacción, incorporada al ordenamiento venezolano, subraya que la capacidad de distinguir es el criterio medular y funcional para la registrabilidad de un signo como marca.

De acuerdo con Courrejolles (2001), la distintividad constituye el requisito esencial de la marca, entendida como la aptitud de un signo para identificar un origen empresarial determinado y diferenciarlo de otros productos o servicios del mismo género (p. 180). A partir de esta noción, se distinguen dos categorías:

- Distintividad inherente: es la capacidad originaria de un signo para distinguir productos o servicios sin necesidad de uso previo. Esta cualidad se presenta en los signos de fantasía o imaginarios creaciones individuales sin significado preexistente y en los signos arbitrarios, siempre que no exista relación causal o natural entre el signo y el producto o servicio al que se aplica (Courrejolles, 2001, p. 181). Por el contrario, carecen de esta capacidad los signos descriptivos, genéricos, usuales y los colores considerados de forma aislada.
- Distintividad adquirida: se produce cuando un signo que originalmente carecía de distintividad logra, mediante un uso intenso y notorio en el mercado, generar en la mente del consumidor una asociación directa entre el signo y un origen empresarial concreto (Courrejolles, 2001, p. 180). Para que esta categoría opere, el significado de marca debe constituirse como la percepción primaria en el público, relegando a un plano secundario el significado descriptivo o genérico. Dicho uso debe ser exclusivo del productor que pretende el registro, impidiendo que sea empleado por la competencia para designar el producto.

En la praxis del SAPI, la “novedad” de un signo distintivo se determina mediante un examen comparativo frente a marcas registradas, solicitudes en trámite o signos notoriamente conocidos, a objeto de evaluar el riesgo de confusión o de asociación. Por este motivo, la doctrina especializada cataloga la novedad marcaria como una prohibición relativa de registro enmarcada en el artículo 33, ordinal 10° de la LPI y no como una cualidad intrínseca o sustancial del signo considerado en abstracto..

Adicionalmente, aunque la LPI no regula expresamente las marcas notorias, el SAPI podría admitir su protección con base en el artículo 6 bis del Convenio de París y en la

interpretación del ordinal 12 del artículo 33 de LPI, reconociendo que una marca notoriamente conocida puede servir como fundamento para oponerse al registro de signos confundibles.

Por esta razón, la doctrina califica la "novedad" marcaria como una prohibición relativa de registro, y no como una cualidad intrínseca del signo en abstracto, pues su apreciación depende de la existencia de derechos previos que puedan resultar afectados por la concesión del registro solicitado.

En el derecho de patentes, la "novedad" es uno de los tres requisitos de patentabilidad junto con el nivel inventivo y la aplicación industrial. Su significado es diametralmente opuesto al del derecho marcario, constituyendo una cualidad objetiva y absoluta de la invención en sí misma.

La novedad en materia de patentes implica que la invención no debe estar comprendida en el "estado de la técnica", es decir, no debe haberse hecho accesible al público, en cualquier lugar del mundo, mediante una descripción escrita u oral, una utilización o cualquier otro medio, antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente.

En la LPI., esta exigencia se encuentra estipulada en el artículo 15, ordinal 9º, el cual establece que no son patentables:

Artículo 15, 9º.- Los inventos que hayan sido dados a conocer en el país por haber sido publicados o divulgados en obras impresas o en cualquier otra forma, y los que sean del dominio público por causa de su ejecución, venta o publicidad dentro o fuera del país, con anterioridad a la solicitud de patente.

La doctrina y la práctica administrativa distinguen dos dimensiones del análisis de novedad patentaria:

- **Novedad absoluta:** Se refiere a aquellas invenciones que no se presentaban previamente en ningún lugar del mundo, constituyendo una creación completamente nueva. Este

estándar es apreciado generalmente por países cuyo sistema de adquisición de derechos se basa en el principio *first to file* (primer solicitante), donde el derecho asiste a quien primero presenta la solicitud y no puede haber realizado ninguna divulgación antes de la presentación, por lo que en este sistema no existen plazos de gracia (OMPI, 2015, p. 2).

- Novedad relativa: Existe en sistemas considerados híbridos, donde el derecho asiste al primer solicitante, pero con un período de gracia que permite que la divulgación realizada por el propio inventor o su causahabiente dentro de un plazo anterior (por ejemplo, un año) no obste para apreciar el requisito de novedad (OMPI, 2015, p. 2).

Esta distinción es crucial para entender la evaluación del nivel inventivo, que es independiente y adicional a la novedad.

Una particularidad crítica del derecho de patentes es que la novedad se destruye con la divulgación pública de la invención antes de solicitar la patente, incluso si dicha divulgación es realizada por el propio inventor. Al divulgar un resultado en una revista científica o repositorio digital antes de solicitar una patente, el inventor rompe el requisito de novedad, haciendo que la invención caiga en el dominio público. Esto se encuentra consagrado en el ordenamiento jurídico venezolano en el artículo 15, ordinal 9° de la LPI, el cual establece expresamente que no son patentables:

Artículo 15,9.- Los inventos que hayan sido dados a conocer en el país por haber sido publicados o divulgados en obras impresas o en cualquier otra forma, y los que sean del dominio público por causa de su ejecución, venta o publicidad dentro o fuera del país, con anterioridad a la solicitud de la patente.

A diferencia de la dinámica marcaria, donde la ausencia de novedad relativa opera como un impedimento supeditado a la coexistencia de derechos, en el régimen de patentes la pérdida de la novedad absoluta es irreversible. Esta deficiencia de fondo no resulta convalidable bajo

ningún supuesto, siendo irrelevante para el ordenamiento jurídico la posterior adquisición de notoriedad, el éxito comercial o la aceptación del invento en el mercado.

Principios Generales del Derecho Marcario en Venezuela

El sistema de protección de los signos distintivos en Venezuela se fundamenta en tres principios rectores que, además de estructurar el régimen legal, delimitan el alcance y la eficacia de los derechos que otorga el registro de una marca. Estos principios registrabilidad, territorialidad y especialidad, aunque interrelacionados, cumplen funciones distintas y complementarias en la configuración del derecho marcario nacional.

a) Principio de Registrabilidad

Este principio, también denominado atributivo, establece que el derecho exclusivo sobre un signo distintivo se adquiere únicamente mediante su registro ante la autoridad competente. En la LPI, este principio se manifiesta en el artículo 2, cuyo texto dispone: "El Estado otorgará certificados de registro a los propietarios de las marcas, lemas y denominaciones comerciales, que se registren". De esta forma, el sistema venezolano es de naturaleza constitutiva y no meramente declarativa: el registro no se limita a reconocer un derecho preexistente por el uso, sino que es el acto mismo que crea la titularidad y la hace oponible frente a terceros. Por ello, el artículo 3 de la LPI establece una presunción legal de propiedad a favor de la persona a cuyo nombre se haya efectuado el registro.

No obstante, el sistema admite una excepción, pues reconoce una protección limitada pero efectiva al usuario de buena fe. El artículo 77, ordinal 2° de la LPI contempla la figura de la

oposición por mejor derecho, que permite a quien acredite un uso previo de la marca en el territorio nacional objetar la solicitud de registro de un tercero. Esta oposición debe interponerse dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la publicación de la solicitud en el Boletín de la Propiedad Industrial y se fundamenta en que el opositor posee un mejor derecho que el solicitante, derivado precisamente de ese uso anterior y constante. El procedimiento es bifásico: una fase administrativa ante el SAPI, que califica la admisibilidad y remite el expediente al tribunal competente; y una fase judicial, donde el tribunal civil inicia un procedimiento ordinario en el que el opositor debe probar su mejor derecho, declarando finalmente a quién pertenece el derecho sobre la marca en conflicto.

En consecuencia, el sistema venezolano es predominantemente constitutivo, pero con una excepción que protege al usuario de buena fe a través de la oposición por mejor derecho, permitiéndole hacer valer su uso previo para impedir el registro de un tercero y, eventualmente, obtener para sí la titularidad sobre la marca.

b) Principio de Territorialidad

Este principio constituye uno de los pilares fundamentales del derecho de propiedad industrial. Conforme a este postulado, los derechos conferidos por el registro de una marca son válidos únicamente dentro del territorio del Estado que los otorga, de modo que el registro en un país no produce efectos en otro, ni el registro obtenido en el extranjero otorga por sí mismo derechos en el territorio nacional.

En el ámbito del derecho internacional, este principio se encuentra consagrado en el artículo 6 del CUP, que establece el principio de independencia de las marcas. Dicho precepto dispone que las condiciones de depósito y registro de las marcas en cada país firmantes del mencionado convenio son determinadas por su legislación interna, y que una marca registrada

en un país es independiente de las marcas registradas en los demás países. En consecuencia, la protección concedida en un Estado miembro no se extiende automáticamente a los demás, sino que debe solicitarse y obtenerse conforme a la normativa de cada jurisdicción.

En el ordenamiento venezolano, la LPI no contiene una consagración taxativa del principio de territorialidad. No obstante, el principio se infiere del sistema de registro constitutivo y de la naturaleza de los derechos que confiere, en virtud de lo dispuesto en los artículos 2,3,37 y 81 de la LPI, que atribuyen efectos exclusivamente dentro del territorio nacional al registro de marcas. El propio SAPI ha reconocido que los derechos conferidos por el registro de una marca en Venezuela son válidos únicamente dentro del territorio venezolano.

La doctrina especializada ha señalado que, si bien el principio de territorialidad es una constante en la mayoría de los sistemas jurídicos, existen excepciones, como la prioridad unionista (artículo 4 del CUP) o la protección de marcas notoriamente conocidas (artículo 6 bis del CUP), que en ciertos casos permiten trascender los límites territoriales. Sin embargo, estas excepciones no desvirtúan la regla general, sino que operan como correctivos ante situaciones específicas.

En consecuencia, el principio de territorialidad rige plenamente en el sistema venezolano de propiedad industrial, encontrando su fundamento último en el artículo 6 del CUP y en la estructura constitutiva del Registro de la Propiedad Industrial prevista en la LPI.

c) Principio de Especialidad

El principio de especialidad constituye el límite externo de la protección marcaria y determina el alcance del derecho de uso exclusivo. Conforme a este postulado, el *ius prohibendi* se adquiere únicamente en relación con la clase de productos, actividades o empresas para los cuales la marca hubiere sido registrada, de acuerdo con la clasificación oficial vigente.

Este principio se encuentra consagrado expresamente en el artículo 32 de la LPI, cuyo texto dispone:

El derecho de usar exclusivamente una marca sólo se adquiere en relación con la clase de productos, actividades o empresas para los cuales hubiere sido registrada de acuerdo con la clasificación oficial, establecida en el artículo 106.

En este punto, resulta necesario precisar que, desde el 10 de febrero de 2020, mediante Aviso Oficial N° DG-001-2020, de fecha 7 de febrero de 2020, el SAPI ordenó la aplicación exclusiva de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, conforme al Arreglo de Niza (versión NCL11-2020), desaplicando para las solicitudes de registro de marcas la Clasificación Nacional prevista en el artículo 106 de la LPI.

El principio de especialidad permite que distintos titulares registren marcas idénticas o similares en diferentes clases, propiciando su coexistencia pacífica en el mercado. En este sentido, la doctrina ha señalado que la marca no es un signo abstractamente considerado, sino un signo puesto en relación con una o varias clases de productos o servicios, de modo que el derecho no recae sobre el signo per se, sino sobre su uso vinculado a dichas clases.

La jurisprudencia venezolana ha reconocido el principio de especialidad como la regla general en el derecho marcario. La Sala Político-Administrativa del Tribunal Supremo de Justicia, en sentencia N° 00374 del 5 de mayo de 2010 (caso Hugo Boss AG vs. Citadino Internacional C.A.), reiteró que la protección conferida por el registro de una marca se circunscribe a la clase para la cual fue concedida, de conformidad con el artículo 32 de la LPI. No obstante, el núcleo del análisis en dicho fallo se centró en la excepción a este principio: las marcas notorias. La Sala precisó que el régimen del signo notorio "*rebasa el principio de especialidad*", impidiendo su uso con respecto a establecimientos, actividades, productos o servicios diferentes a los que se aplica originariamente, siempre que se acredite fehacientemente la notoriedad del signo. Esta

excepción se fundamenta en la protección del alto poder distintivo y reconocimiento del signo en el mercado, lo que justifica que su tutela se extienda a clases no concurrentes.

En la práctica administrativa, la operatividad del principio de especialidad se manifiesta de manera tangible en la interacción de los usuarios con el SAPI, particularmente a través de su plataforma digital WebPI. Al realizar consultas o trámites en el portal, el solicitante o examinador debe seleccionar la clase Niza del producto o servicio respectivo. El campo “distingue” (denominación que el sistema emplea para identificar dicha clase) constituye, así, el mecanismo técnico que materializa el principio de especialidad. Dicho campo permite filtrar y circunscribir la búsqueda de antecedentes registrales, así como delimitar el alcance de la protección solicitada, lo que evidencia que la especialidad no es una mera construcción doctrinal, sino un criterio operativo que guía tanto la tramitación de las solicitudes como la toma de decisiones por parte de la Oficina de Marcas.

2.3. Bases Legales

El presente TEG se fundamenta en el análisis de las normas legales que condicionan la registrabilidad de las marcas tridimensionales en Venezuela, tanto en el ámbito nacional como internacional. A continuación, se identifican los instrumentos normativos de obligado cumplimiento que resultan aplicables a la investigación.

2.3.1.- Normativa Internacional

a.- Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina (Régimen Común sobre Propiedad Industrial, 2000).

Aun cuando Venezuela no se beneficia de los efectos del Acuerdo de Cartagena y esta Decisión no surte efectos más que referenciales, su análisis resulta relevante como derecho comparado y como referencia normativa de las marcas tridimensionales en Venezuela.

En este sentido, el artículo 134 de la Decisión 486 establece que pueden constituir marcas, entre otros signos, *"las formas de los productos, sus envases o envolturas"*, reconociendo expresamente las marcas tridimensionales y el artículo 135, literal c), prohíbe el registro de aquellos signos que *"consistan exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases"*, disposición que ha sido interpretada por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples Interpretaciones Prejudiciales.

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (TJCA):

- Proceso 31-IP-2003: Definió las marcas tridimensionales como "aquellas que poseen volumen, es decir que ocupan por sí mismas un espacio determinado, conforme lo explica el propio término tridimensional, que da la idea de la ocupación de las tres dimensiones del espacio (alto, ancho y profundidad)".
- Proceso 33-IP-2005: Preciso que "la expresión «formas usuales de los productos» se refiere a los tipos de presentación habitual de los productos y no comprende representaciones peculiares o arbitrarias de los mismos".

Esta Decisión constituye un hito en la evolución del derecho marcario regional al incorporar expresamente, por primera vez, a las marcas tridimensionales dentro del catálogo de signos susceptibles de registro. Su artículo 134 reconoce, sin rodeos, que las "formas de los productos, sus envases o envolturas" pueden constituir marcas, mientras que su artículo 135, literal c), establece el límite de esta protección al prohibir el registro de aquellos signos que "consistan exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases".

La jurisprudencia ha precisado estos conceptos con claridad. En el Proceso 31-IP-2003, el Tribunal definió las marcas tridimensionales como aquellos signos que "poseen volumen" y ocupan las tres dimensiones del espacio (alto, ancho y profundidad), diferenciándolas así de los signos bidimensionales. Posteriormente, en el Proceso 33-IP-2005, el Tribunal detalló que la

expresión "formas usuales de los productos" se refiere a los tipos de presentación habitual y no comprende "representaciones peculiares o arbitrarias de los mismos", estableciendo así un criterio objetivo para distinguir entre las formas registrables y las que quedan excluidas.

Esta doble precisión jurisprudencial resulta fundamental porque, por un lado, define la naturaleza de las marcas tridimensionales y, por otro, delimita el alcance de la causal de irregistrabilidad, dejando claro que las formas peculiares o arbitrarias son, en principio, susceptibles de protección marcaria.

Todo lo anteriormente explicado mantiene relevancia como derecho comparado y referente interpretativo para el ordenamiento venezolano. En este contexto, la definición y los criterios desarrollados por el TJCA ofrecen un marco conceptual que permite, por vía de interpretación sistemática y a la luz de los tratados internacionales suscritos por Venezuela, superar las limitaciones de la norma interna y viabilizar el registro de formas tridimensionales distintivas ante el SAPI. La distinción entre formas usuales y representaciones peculiares o arbitrarias constituye, precisamente, el fundamento de los lineamientos que se proponen en el presente trabajo para orientar la práctica administrativa del SAPI.

b.- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883, revisado en Estocolmo en 1967) (CUP).

En su condición de Estado signatario del mencionado convenio, Venezuela se encuentra vinculada por el artículo 6 quinquies, el cual consagra la cláusula *telle quelle*. Dicho precepto normativo dispone que toda marca de fábrica o de comercio debidamente registrada en su país de origen debe ser admitida y protegida "tal cual es" en los demás países de la Unión. Esta disposición adquiere especial trascendencia en el ordenamiento nacional para garantizar la tutela jurídica de las marcas tridimensionales de origen extranjero.

c.- Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio.

El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC, 1994), del cual Venezuela es miembro en virtud de su pertenencia a la Organización Mundial del Comercio, establece en su artículo 15 que "podrá constituir una marca de fábrica o de comercio cualquier signo o combinación de signos que sean capaces de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas". Del texto de esta disposición se desprende que el concepto de signo distintivo no se encuentra limitado a categorías específicas, sino que su redacción abierta permite comprender dentro de su ámbito a los signos tridimensionales, siempre que cumplan con la condición esencial de la distintividad.

c.- Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas (2006, en vigor desde 2009).

Aunque este tratado no ha sido ratificado, constituye un referente del derecho comparado, pues es el primer instrumento internacional que reconoce expresamente las marcas tridimensionales y establece requisitos específicos para su representación gráfica.

d.- Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas (TJCE).

Esta instancia tuvo la oportunidad de pronunciarse sobre los criterios de registrabilidad de las marcas tridimensionales en el asunto C 218/01 (Henkel KGaA contra Deutsches Patent- und Markenamt), resuelto mediante sentencia del 12 de febrero de 2004. Henkel había solicitado el registro en Alemania de una marca tridimensional de color consistente en la forma de una botella para distinguir detergentes líquidos para lana. La oficina alemana denegó la solicitud al considerar que la forma del envase constituía una modalidad corriente de envasado para ese tipo de productos, carente del carácter distintivo exigido por el artículo 3 de la Primera Directiva de Marcas (89/104/CEE). Ante el recurso interpuesto, el Bundespatentgericht elevó al TJCE varias cuestiones prejudiciales, entre ellas, la relativa a si el envase debía equipararse a la forma del producto cuando los bienes se comercializan normalmente envasados.

El TJCE estableció tres principios de particular relevancia para el examen de las marcas tridimensionales. En primer lugar, no pueden aplicarse criterios más severos a las marcas tridimensionales que a otras clases de marcas (nominativas o figurativas) al momento de apreciar el carácter distintivo. En segundo término, para los productos que se comercializan envasados por su propia naturaleza (como líquidos o polvos), el envase debe asimilarse a la forma del producto a efectos del análisis de irregistrabilidad previsto en el artículo 3(1)(e) de la Directiva. En tercer lugar, el Tribunal admitió que los resultados de encuestas de reconocimiento de marca constituyen elementos de prueba relevantes para acreditar la distintividad adquirida (*secondary meaning*), aunque su valor debe ser evaluado por la autoridad nacional en función de las prácticas comerciales locales.

La sentencia Henkel resulta especialmente útil para el ordenamiento venezolano, donde la LPI carece de disposiciones expresas sobre marcas tridimensionales. El principio de no discriminación entre tipos de signos esto es, la imposibilidad de aplicar un estándar más riguroso a las formas volumétricas constituye un argumento sólido para cuestionar la práctica restrictiva del SAPI, que ha negado sistemáticamente estas solicitudes sin evaluar su distintividad concreta. Asimismo, la equiparación del envase a la forma del producto cuando el bien se comercializa envasado ofrece una base de derecho comparado para la interpretación del artículo 33, ordinal 6º de la LPI, pues demuestra que la prohibición de registrar “la forma que se da al producto” no alcanza a los envases tridimensionales cuando el producto real es el contenido. Por último, la admisión de la distintividad adquirida mediante pruebas de uso como encuestas o volúmenes de venta respalda el lineamiento 6 de la propuesta, que prevé la posibilidad de acreditar el carácter distintivo por el uso prolongado en el mercado venezolano.

2.3.2.- Normativa Nacional

a.- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). El texto constitucional establece el fundamento superior de la propiedad intelectual en Venezuela. El artículo 98 dispone que:

Artículo 98.- (Omissis)El Estado reconocerá y protegerá la propiedad intelectual sobre las obras científicas, literarias y artísticas, invenciones, innovaciones, denominaciones, patentes, marcas y lemas de acuerdo con las condiciones y excepciones que establezcan la ley y los tratados internacionales suscritos y ratificados por la República en esta materia.

La ubicación de este precepto en la cúspide del ordenamiento jurídico dota al deber estatal de protección intelectual de una relevancia excepcional, cuyo rango jerárquico debería incentivar a los funcionarios a desplegar una aplicación rigurosa y garantista.

b.- Código Civil (1982). La norma civil sustantiva en su artículo 546 establece que:

Artículo 546.- El producto o valor del trabajo o industria lícitos, así como las producciones del ingenio o del talento de cualquiera persona, son propiedad suya, y se rigen por las leyes relativas a la propiedad en general y las especiales sobre estas materias.

Esta disposición constituye el fundamento civilista de la propiedad intelectual, reconociendo las creaciones del intelecto como objeto de propiedad.

c.- Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos. La actividad del SAPI, en cuanto a órgano de la Administración Pública Nacional, se encuentra sometida a los principios y disposiciones de esta ley. Este cuerpo normativo, constituye el marco jurídico fundamental que regula el ejercicio de la función administrativa. Su relevancia para el registro de signos distintivos radica en la consagración del debido procedimiento, la obligación de la Administración de resolver expresamente las solicitudes y recursos dentro de los plazos legales (artículos 2 y 5), así como en la exigencia de motivar adecuadamente los actos administrativos que pongan fin al

procedimiento, garantizando a los solicitantes el derecho a conocer las razones de una decisión denegatoria y a ejercer los recursos de reconsideración y jerárquico previstos en su articulado.

d.- Ley de Propiedad Industrial (1956). Constituye el cuerpo normativo fundamental que rige la materia de marcas en Venezuela, tras la retirada de manera formal y definitiva de la Comunidad Andina de Naciones, el bloque comercial al cual pertenecía el País desde 1973 y la consecuente desaplicación de la normativa comunitaria andina. A continuación, se destacan las disposiciones directamente vinculadas con la registrabilidad de las marcas tridimensionales:

- *Artículo 27.-Bajo la denominación de marca comercial se comprende todo signo, figura, dibujo, palabra o combinación de palabras, leyenda y cualquiera otra señal que revista novedad, usados por una persona natural o jurídica para distinguir los artículos que produce, aquéllos con los cuales comercia o su propia empresa.*
La marca que tiene por objeto distinguir una empresa, negocio, explotación o establecimiento mercantil, industrial, agrícola o minero, se llama denominación comercial.
Lema comercial es la marca que consiste en una palabra, frase o leyenda utilizada por un industrial, comerciante o agricultor, como complemento de una marca o denominación comercial.

El artículo previamente transcrito, constituye el fundamento sustantivo para la evaluación de cualquier signo distintivo en Venezuela, incluidas las marcas tridimensionales, además establece los elementos esenciales que debe reunir para ser susceptible de registro: (i) debe constituir un signo capaz de ser representado gráficamente; (ii) debe revestir novedad (carácter distintivo); y (iii) debe estar destinado a distinguir los productos o servicios de su titular en el mercado.

- El artículo 30 de la LPI establece que *"el derecho de usar exclusivamente una marca registrada permanecerá en vigor por el término de quince años, contados a partir de la fecha del correspondiente registro"*. Esta disposición consagra un plazo de vigencia de quince (15) años, renovable indefinidamente por períodos sucesivos de igual duración, siempre que el titular acredite el uso efectivo de la marca. Esta característica diferencia a las marcas de otros derechos de propiedad industrial, como las patentes, cuyo plazo es finito y no renovable. La renovación perpetua, sujeta al uso efectivo, garantiza la seguridad jurídica del titular y permite que el signo distintivo mantenga su vigencia mientras cumpla su función identificadora en el mercado.
- Boletín de la Propiedad Industrial: Constituyen documentos oficiales emitidos por el SAPI, en los cuales se publican las solicitudes de registro y las resoluciones de concesión o negativa. Para investigación, resultan de especial relevancia.

Según los artículos 54 al 57 de la ley correspondiente, el Boletín actúa como el medio oficial de publicidad y autenticación de los actos administrativos en materia de propiedad industrial.

A continuación, se sintetizan las implicaciones jurídicas de dicho articulado:

- Publicidad y valor probatorio: El Boletín posee fuerza de instrumento público, lo que otorga a sus ejemplares un valor probatorio privilegiado y convierte al órgano en la fuente oficial de consulta para conocer el estado de solicitudes y concesiones de signos distintivos.
- Eficacia jurídica: A partir de la publicación de los actos y resoluciones del Registro en el Boletín, éstos adquieren autenticidad y plena vigencia jurídica, garantizando así la seguridad y certeza necesarias para los titulares de derechos y terceros.

- Principio de publicidad registral: La normativa garantiza el acceso público a los actos administrativos mediante la publicación de contenidos y la actualización periódica de índices de marcas y patentes, facilitando el seguimiento y la fiscalización de la práctica administrativa del SAPI.

Para fines de la presente investigación, el análisis del Boletín de la Propiedad Industrial es un método fundamental para documentar los procedimientos de solicitudes de marcas tridimensionales, permitiendo identificar los criterios técnicos aplicados por los examinadores y su coherencia con los estándares internacionales en la materia.

CAPÍTULO III ***MARCO METODOLÓGICO***

3.1.- Línea de Investigación

De acuerdo con el Programa de Especialización en Propiedad Intelectual de la Universidad Monteávila, el presente trabajo se adscribe a la línea de investigación Signos Distintivos. Esta línea aborda, entre otros fenómenos, el estudio de las marcas no tradicionales y su protección en el ordenamiento jurídico venezolano. La investigación se centró específicamente en las marcas tridimensionales, analizando su viabilidad registral a partir de una interpretación

actualizada de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI, en concordancia con los principios del derecho marcario y los tratados internacionales suscritos por la República.

3.2.- Tipo de Investigación

El trabajo se enmarcó en la investigación proyectiva, conforme a la clasificación de Barrera (2010), pues tuvo como finalidad el diseño y formulación de lineamientos jurídico-técnicos dirigidos al SAPI. Este tipo de investigación “propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación; lo que implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, más no necesariamente ejecutar la propuesta” (UPEL, 2016, p. 18). En este caso, la propuesta consistió en una metodología secuencial para el examen de registrabilidad de marcas tridimensionales, orientada a superar la práctica restrictiva y discrecional actual del SAPI.

De manera complementaria, la investigación fue de tipo documental, ya que el proceso de indagación se basó en la revisión, análisis e interpretación de fuentes primarias y secundarias: leyes, tratados internacionales, jurisprudencia del TJCA, boletines de la propiedad industrial, doctrina nacional y extranjera, y guías de otras oficinas de propiedad intelectual. Por consiguiente, no se requirió trabajo de campo, en virtud de que el fenómeno orientado a la interpretación de normas jurídicas y la construcción de lineamientos fue abordado exclusivamente desde una perspectiva documental. Para la materialización de la presente investigación, se emplearon los medios técnicos y bibliográficos disponibles.

3.3.- Diseño de Investigación

El diseño de investigación adoptado fue el cualitativo, ya que, conforme a Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), este enfoque se selecciona cuando el propósito es examinar cómo los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (p. 358). En este sentido, el estudio se centró en la comprensión dogmática de las normas y conceptos jurídicos, empleando una aproximación hermenéutica para analizar el sentido y alcance de los artículos 27 y 33 de la LPI, así como la doctrina y jurisprudencia aplicables. A diferencia de la perspectiva cuantitativa orientada a la medición numérica y la comprobación de hipótesis, esta aproximación cualitativa permitió abordar el fenómeno de las marcas tridimensionales desde un análisis contextual y sistemático de la norma, valorando su desarrollo natural dentro del ordenamiento jurídico. Dicho proceso se rigió por una lógica inductiva, pues a partir del examen particular de las disposiciones legales y los criterios jurisprudenciales se buscó formular lineamientos interpretativos generales, sin que mediara la cuantificación de datos empíricos, sino la construcción de perspectivas teóricas ancladas en la propia realidad jurídica (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, p. 8).

3.4.- Técnicas y herramientas de recolección de datos

La técnica principal utilizada fue el análisis documental, entendido como el conjunto de operaciones intelectuales destinadas a describir, clasificar, interpretar y extraer información relevante de documentos escritos (Hernández, Fernández y Baptista, 2012). Se aplicaron dos modalidades complementarias:

- Análisis de contenido: para identificar, en cada documento, las categorías de análisis predefinidas: (a) definición de marca tridimensional, (b) requisitos de registrabilidad (distintividad, representación gráfica), (c) causales de irregistrabilidad (formas usuales,

funcionalidad técnica, descriptividad), (d) procedimiento de examen y (e) prácticas administrativas del SAPI.

- Análisis crítico del discurso jurídico: para examinar la argumentación de los boletines de la propiedad industrial y contrastar con los estándares internacionales.

Como instrumento de recolección de datos se diseñó una matriz de registro documental. Dicha herramienta resulta especialmente pertinente en el marco de la investigación cualitativa, habida cuenta de que, como señalan Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), “una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio” (p. 415). En este sentido, los documentos legales leyes, sentencias, textos doctrinales y pronunciamientos administrativos constituyen fuentes primarias que “proporcionan datos de primera mano” (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, p. 61) y permiten al investigador adentrarse en el sentido y alcance de las disposiciones normativas objeto de análisis.

La matriz contenía los siguientes campos: (i) identificador del documento (número de boletín, fecha de publicación, número de resolución, fecha de resolución, tomo y página); (ii) número de solicitud; (iii) solicitante; (iv) clase; (v) productos de la clase; (vi) decisión; (vii) base legal (LPI); (viii) comentarios; (ix) productos que distingue; (x) descripción de la etiqueta y (xi) imagen referencial. Esta estructura responde a la recomendación metodológica de extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar el problema de investigación (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 61), así como a la necesidad de organizar sistemáticamente el material documental para facilitar su posterior análisis e interpretación.

La matriz se estructuró en una hoja de cálculo con el fin de optimizar la organización, codificación y recuperación de datos, atendiendo a los principios de rigor metodológico propuestos por Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista-Lucio (2014) para la gestión sistemática de información. Esta herramienta permitió convertir el volumen de información técnica y normativa en un recurso gestionable, facilitando la extracción sistemática de variables, plazos y requerimientos legales. De este modo, se consolidó como un instrumento de control riguroso, asegurando la trazabilidad y el acceso inmediato a la información técnica necesaria durante el desarrollo de la investigación.

La confiabilidad del proceso de análisis se garantizó mediante dos procedimientos:

- Triangulación de fuentes: se contrastó la información proveniente de distintos tipos de documentos (ley vs. doctrina vs. resoluciones) para corroborar o matizar los hallazgos, así como el sistema *webpi*, que es a la plataforma digital para la revisión de las solicitudes presentadas en SAPI
- Auditabilidad: se mantuvo un registro detallado de todas las decisiones de codificación y extracción en un diario de investigación, de modo que otro investigador pudiera seguir el mismo camino.

El procesamiento de los datos se realizó de manera manual (con apoyo de procesador de textos y hoja de cálculo). No se emplearon programas estadísticos, pues el análisis fue cualitativo. Se aplicó una categorización abierta inicial, seguida de una agrupación axial de las categorías en torno a los obstáculos y soluciones para el registro de marcas tridimensionales.

Para la materialización de la presente investigación, se emplearon todos los medios disponibles orientados a la recopilación de fuentes pertinentes al estudio de las marcas tridimensionales y su régimen registral en Venezuela. Los medios electrónicos cumplieron un papel fundamental, particularmente los repositorios académicos institucionales de universidades

nacionales e internacionales, así como bases de datos especializadas en propiedad intelectual (como Google Académico y el portal de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). Desde estas plataformas se accedió a trabajos de grado, artículos científicos y jurisprudencia relacionados con la distintividad de signos tridimensionales, el tratamiento de las formas de envases en el derecho comparado y las causales de irregistrabilidad previstas en la LPI.

De manera complementaria, se revisaron obras doctrinales y compilaciones legislativas disponibles en bibliotecas físicas y digitales, así como los materiales de estudio recopilados a lo largo de la Especialización en Propiedad Intelectual, especialmente aquellos vinculados a las líneas de Signos Distintivos y Derecho de Autor. Asimismo, resultó de especial valor la asesoría recibida de profesores con reconocida trayectoria en la Universidad Monteávila, cuyas orientaciones permitieron identificar fuentes documentales clave.

3.5.- Presentación y Análisis de Resultados

El presente estudio tuvo por objeto analizar la evolución de la práctica administrativa del SAPI en materia de marcas tridimensionales, a partir del examen de las resoluciones contenidas en los Boletines de la Propiedad Industrial. Para tal fin, se procedió a la revisión sistemática de un conjunto de boletines seleccionados con base en criterios temporales que permitieron observar la transformación de los criterios aplicados por la administración, desde una interpretación inicialmente restrictiva hasta una práctica más flexible y acorde con los estándares doctrinales y jurisprudenciales internacionales.

En primer lugar, se revisó el Boletín N° 508 de fecha 17 de noviembre de 2009, y se analizaron de dicho documento oficial las Resoluciones: N° 1364 y 1370 de fecha 6 de noviembre de 2009, Tomo I páginas 18 y 22 respectivamente, por constituir un punto de partida representativo de la interpretación limitada que, en esa época, se otorgaba a los artículos 27 y

33.6 de la LPI. En segundo término, se examinaron los últimos boletines de cada trimestre de cada uno de los cuatro trimestres del año 2025 números 640 (20 de marzo), 645 (9 de septiembre) y 649 (30 de diciembre), así como el Boletín N° 642 (29 de mayo), correspondiente al segundo trimestre, en el cual no se detectaron solicitudes de interés para la presente investigación. Finalmente, se incluyeron los boletines del primer y segundo trimestre de 2026 números 651 (10 de marzo) y 653 (19 de mayo), a fin de verificar si la evolución observada se había consolidado. La metodología adoptada consistió en la identificación y análisis de todas las solicitudes que, por su descripción o por la naturaleza del signo reivindicado, pudieran ser calificadas como marcas tridimensionales, registrando la decisión adoptada, la base legal invocada, los productos amparados y los fundamentos esgrimidos por el SAPI.

Análisis del desarrollo de la Práctica Administrativa en Materia de Marcas Tridimensionales

1. El Precedente Restrictivo del Boletín N° 508 (año 2009). El Boletín N° 508 evidenció una aplicación jurídicamente inapropiada del artículo 27 de la LPI, toda vez que dicha disposición se limita a definir y enumerar los signos que pueden constituir una marca, sin establecer causales de irregistrabilidad. La utilización de este precepto como fundamento para denegar las solicitudes de marcas tridimensionales resultó, por tanto, un error de base legal, dado que las causales de denegación se encuentran previstas en el artículo 33, 34 y 35 de la misma ley.

No obstante, para evitar un entendimiento absoluto que desatienda la coherencia normativa de la ley, es imperativo formular una excepción cualificada a la regla anterior. En el ámbito de los lemas comerciales, el artículo 27 sí opera como un fundamento jurídico válido para denegar el registro, pero no en virtud de una causal autónoma de irregistrabilidad, sino por

aplicación del principio de accesoriedad que gobierna esta categoría signaria. En efecto, el lema comercial posee una naturaleza ancilar o complementaria respecto de la marca o denominación comercial a la que se encuentra indisolublemente vinculado; de ahí que su existencia y validez dependan del signo principal al que accede. Bajo esta lógica, si la marca o denominación comercial no supera los escollos sustantivos de los artículos 33, 34 o 35 y, en consecuencia, no logra su concesión, el lema comercial no puede surtir efectos jurídicos autónomos, pues carece del presupuesto ontológico necesario para su subsistencia. En tal supuesto, la denegación del lema legalmente basado en el artículo 27 resulta procesalmente coherente, toda vez que lo accesorio sigue la suerte de lo principal, máxima de raigambre civil que impide la supervivencia aislada de un signo cuyo objeto de referencia ha sido denegado registralmente.

Esta excepción, sin embargo, no solo no legitima la praxis administrativa criticada, sino que la delimita y circunscribe con claridad: al ser el lema comercial un complemento inseparable de otro signo, su suerte queda subordinada a la de este; más dicha subordinación resulta ontológicamente ajena a las marcas tridimensionales, las cuales gozan de autonomía sustantiva y no requieren de ningún signo principal al que acceder. Por consiguiente, mientras que resulta admisible y jurídicamente fundado denegar un lema comercial por la vía del artículo 27 cuando la marca principal no ha sido admitida, extender dicha hermenéutica a las solicitudes tridimensionales constituye un vicio de fondo que desnaturaliza el precepto y vulnera el principio de tipicidad de las causales de denegación. Esta incorrecta fundamentación condujo a la denegación sistemática de las solicitudes, como se apreció en los casos que se detallan a continuación:

2.- Solicitud N° 2008-005692, Solicitante Ferrero S.P.A. La solicitud para proteger la forma de un envase en la Clase 30 fue denegada bajo el argumento de que la ley solo protegía "palabras, frases o leyendas". Dicha decisión, basada en una lectura restrictiva del artículo 27 LPI., ignoró la naturaleza del signo solicitado un envase tridimensional y contravino los lineamientos doctrinales que reconocen la posibilidad de registrar la forma de un producto o su envase cuando cumple con los requisitos de distintividad. En este sentido, la OMPI (2009) ha señalado que la falta de carácter distintivo constituye el principal motivo de rechazo de las marcas tridimensionales, en particular cuando se trata de formas o embalajes "puros", desprovistos de signos verbales o motivos gráficos. No obstante, la OMPI reconoce que la forma o el embalaje pueden constituir una marca tridimensional, y que el obstáculo para el registro no radica en su naturaleza, sino en la carencia de distintividad, la cual puede ser superada si la forma presenta un carácter distintivo extraordinariamente acentuado o si ha sido usada ampliamente y durante largo tiempo, tal como ocurre con la botella de Contrex® o el altavoz de Bang & Olufsen, citados por dicha organización como ejemplos de marcas tridimensionales registradas.

2.- Solicitudes N° 2008-016997, 2008-016998 y 2008-016999 Solicitante Société des Produits Nestlé, S.A.

Nestlé presentó tres solicitudes en distintas clases (11, 30 y 32) para proteger la misma figura tridimensional de una cafetera. Esta estrategia suscita interrogantes en cuanto a su adecuación al sistema de propiedad industrial, pues sugiere un intento de extender la protección de un objeto que, por sus características funcionales y técnicas, parecería corresponder al ámbito de las patentes, beneficiándose de la renovación indefinida que caracteriza a los derechos marcarios, en contraposición con el plazo limitado que rige para las patentes. La denegación de las tres solicitudes, fundamentada en el artículo 27 LPI., evidenció la falta de un análisis sustantivo sobre la distintividad del signo y la posible colisión con el ámbito de las patentes.

3.- Otros casos denegados en el Boletín N° 508. La misma línea restrictiva se aplicó a las solicitudes de N° 2003-003224 Destilería Carúpano C.A. (Clase 33), N° 2003-0015981 Mars, Incorporated (Clase 30), N° 2004-004352 Sporloisirs S.A. (Clase 3), N° 2004-011083 Alberto Fariñez Lapioli (Clase 33), N° 2004-012784 The Procter & Gamble Company (Clase 5), N° 2004-013859 Audi AG (Clase 12), N° 2004-015048 Agros Holding S.A. (Clase 33), N° 2004-015060 The Clorox Company (Clase 5) y N° 2005-015317 Beverage Partners Worldwide, S.A. (Clase 32). En todos estos casos, la denegación se basó en que el signo consistía en la forma del producto o de su envase, aplicando de manera mecánica el artículo 33.6 LPI. No obstante, un análisis riguroso reveló que dicha aplicación fue, en muchos casos, incorrecta: las solicitudes de Sporloisirs, Fariñez Lapioli, Agros Holding y Beverage Partners buscaban proteger la forma de un envase (botella o frasco), y el artículo 33.6 LPI excluye de protección "la forma y color que se dé a los artículos o productos por el fabricante", lo que, conforme a la doctrina y jurisprudencia, aplica a la forma del producto en sí mismo, no a la forma de su envase cuando este es distintivo. De manera similar, las solicitudes de Procter & Gamble y Audi AG versaban sobre formas que podrían ser objeto de protección por patentes de utilidad, lo que justificaría su denegación por otros motivos, pero no por la mera aplicación del artículo *in comento*.

El Cambio de Paradigma: Los Boletines Contemporáneos (2025-2026). A partir de los boletines más recientes (números 640, 645, 651, 653), se observó un giro significativo en la práctica administrativa. La administración comenzó a conceder registros de marcas tridimensionales, alineándose con los estándares internacionales y reconociendo la distintividad de ciertas formas.

1.- VENUS (Boletín N° 640, Resolución N° 195, Solicitud N° 2023-009191). La solicitud para registrar la forma tridimensional de una bota con el término "VENUS" en la suela fue concedida en la Clase 25. Sin embargo, la concesión resulta jurídicamente insostenible: la figura reproduce exactamente el producto que se pretende distinguir, quedando incurso en la prohibición del artículo 33.6 de la LPI. El fabricante elabora precisamente esas botas, por lo que el signo se comporta como una descripción gráfica del artículo, no como un indicador de origen; ello evidencia que el SAPI aún no ha depurado el criterio de distintividad para estos supuestos.

Este registro (2025) recuerda el caso de la cafetera Nestlé (2008), denegada; no obstante, en esta ocasión prosperó, pese a encubrir la misma intención estratégica: sustituir el sistema de patentes de duración limitada por una marca renovable a perpetuidad. Ante hechos análogos, se han esgrimido fundamentos legales antagónicos con resultados opuestos, quebrantando la seguridad jurídica y evidenciando la urgencia de los lineamientos propuestos en este Trabajo Especial de Grado.

2.- CACIQUE (Boletín N° 645, Resolución N° 510, Solicitud N° 2022-010652). La solicitud para proteger la forma tridimensional de una botella de vidrio transparente en la Clase 33 fue concedida. La botella presentaba una forma rectangular con bordes curvados, cuello alto y elementos troquelados (un triángulo y la palabra "CACIQUE"). La concesión constituyó un claro ejemplo de aplicación correcta del artículo 27 LPI., al reconocer que la forma de un envase puede ser distintiva cuando incorpora elementos que la singularizan.

3.- BEAUTE PRESTIGE INTERNATIONAL (Boletín N° 645, Resolución N° 510, Solicitud N° 2024-000543). La solicitud para proteger la forma de un frasco en la Clase 3 fue

concedida. El signo fue descrito en el boletín como una "etiqueta" vocablo que, en la praxis administrativa del SAPI, se emplea como nomenclatura funcional para designar la representación gráfica del signo en el sistema, evitando así que los campos queden vacíos, sin que ello implique que el objeto de protección sea el soporte físico propiamente dicho; sin embargo, de la redacción de la solicitud se desprende que el objeto de protección no es la etiqueta en sí misma, sino la figura tridimensional del frasco que en ella se representa. La concesión del registro indica que la administración interpretó el signo como una marca tridimensional, valorando el conjunto en su integridad y reconociendo su distintividad, a pesar de que la solicitud empleara el término "etiqueta" para describir el soporte de la representación gráfica.

4.- ABSOLUT VODKA (Boletín N° 645, Resolución N° 510, Solicitud N° 2025-000319).

La concesión del registro tridimensional de la botella de Absolut Vodka en Venezuela constituye un ejemplo paradigmático de cómo el SAPI está armonizando su gestión con la práctica internacional y las tendencias más dinámicas del derecho marcario contemporáneo.

Este registro no fue un hecho aislado, sino que se inscribe en una evolución más amplia de la administración venezolana. La decisión del SAPI de conceder la protección a la forma de la botella de Absolut en la Clase 33 refleja una interpretación moderna y flexible de los requisitos de distintividad, alineada con los criterios que han sido desarrollados por instancias como la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO). Precisamente, la EUIPO, a través de la Quinta Sala de Recurso, había reconocido previamente que la combinación de elementos de la botella de Absolut específicamente su estructura rectangular, los paneles de color cobre y la superficie con diseño le otorgaba el carácter distintivo necesario para ser registrada como marca tridimensional. El SAPI, al conceder este registro, no solo reconoce la distintividad

adquirida de la forma y la singularidad de sus elementos gráficos, sino que también demuestra estar atento a los precedentes internacionales y a la evolución de la doctrina, consolidando así una práctica administrativa que favorece la protección de signos distintivos no convencionales y se adapta a las realidades de un mercado globalizado.

5.- CHAMPAGNE PERRIER-JOUET Boletines N° 649 y N° 653 Solicitud N° 2014-019240.

El presente caso ilustra de manera clara la evolución doctrinal y procedimental en la práctica de la administración marcaría en Venezuela. Inicialmente, mediante el Boletín de la Propiedad Industrial N° 649 de fecha 30-12-2025, Resolución N° 802 de fecha 29-12-2025, Tomo I p. 13 la solicitud destinada a proteger la configuración de una botella cuya representación bidimensional pretendía el amparo de un signo eminentemente tridimensional fue objeto de una orden de publicación en prensa, de conformidad con el artículo 76 de la LPI. Posteriormente, en el Boletín N° 653 de fecha 19-05-2026, Resolución N° 285 de fecha 05-05-2026, Tomo XIX p. 18, dicha pretensión fue concedida bajo el amparo del artículo 27 *ejusdem*. Este cambio de postura evidencia que el órgano administrativo revisó su criterio interpretativo, mostrando apertura hacia la concesión de registros para signos que, a pesar de ser aportados formalmente mediante representaciones gráficas bidimensionales, poseen e imponen la naturaleza intrínseca de una marca tridimensional al proyectar una indudable sensación de volumen y espacialidad.

Dicha concesión encuentra su fundamento normativo en el artículo 82 de la LPI., disposición que circunscribe el examen de fondo a la verificación de las causales de irregistrabilidad previstas en los artículos 33, 34 y 35 de la misma ley. En este orden de ideas, al no encontrarse el signo incurso en ninguna de las prohibiciones allí contenidas, procedía su otorgamiento. La resolución administrativa se ajustó, así, al marco normativo que rige la materia,

sin que la particularidad de la representación gráfica empleada constituyera obstáculo para el reconocimiento de su distintividad.

6.- CROCS, INC. Boletín N° 651, Resolución N° 47, Solicitud N° 2015-015976. La solicitud para proteger la forma de una sandalia tipo zueco Crocs en la clase 25 fue objeto de una orden de publicación en prensa, de conformidad con el artículo 76 de la LPI. No obstante, dicho trámite no constituye un pronunciamiento sobre la viabilidad sustantiva del registro, sino un requisito formal previo al examen de fondo que regula el artículo 82 de la LPI, el cual exige verificar la concurrencia de las causales de irregistrabilidad previstas en los artículos 33, 34 y 35 del mismo cuerpo normativo.

En el presente caso, el examen de fondo debió conducir inexorablemente a la denegación, toda vez que el signo se encuentra incurso en dos de las prohibiciones del artículo 33. En primer término, el ordinal 6° de dicha disposición establece que no podrán registrarse como marcas *"la forma y color que se dé a los artículos o productos por el fabricante"*. La solicitud persigue precisamente la protección de la configuración externa de la sandalia tipo zueco, es decir, la forma misma del producto fabricado por el solicitante (LPI. artículo 33, ord. 6°).

En segundo lugar, el ordinal 9° del mismo artículo prohíbe el registro de *"los términos y locuciones que hayan pasado al uso general [...] cualidad o formas de los productos"*. Resulta particularmente revelador que la propia descripción de la etiqueta contenida en el WebPi identifique el objeto como *"específicamente una sandalia tipo zueco"*, esto es, una locución que describe genéricamente la forma y cualidad del calzado, y que ha pasado al uso común del consumidor para referirse a ese tipo de producto (LPI, artículo 33, ord. 9°). Al solicitar el registro de un signo cuya descripción coincide exactamente con la denominación genérica del artículo, el

solicitante revela su intención de apropiarse de una expresión descriptiva, en franca contradicción con la función distintiva esencial de la marca.

Por consiguiente, la orden de publicación en prensa por ser un acto formal y preliminar no debe interpretarse como un aval a la concesión; el examen de fondo, al constatar las causales del artículo 33, ordinales 6° y 9°, debió rechazar la solicitud. La concesión final evidencia, así, una aplicación inadecuada del marco normativo.

7.- CERESCOS S.A.S. (Boletín N° 651, Resolución N° 60, Solicitud N° 2025-008204).La

solicitud para proteger una "marca mixta tridimensional" en la Clase 3 fue concedida (artículo 27 L.P.I.). El signo consistía en una etiqueta con tres vistas de una figura que asemeja un envase. La concesión indicó que la administración está actualizando su práctica interpretativa, reconociendo la posibilidad de proteger signos que combinan elementos gráficos y tridimensionales, siempre que el conjunto resulte distintivo. Esta decisión evidencia una evolución en los criterios de examen, orientada a armonizar la gestión del SAPI con los estándares internacionales y la doctrina contemporánea, sin que ello implique una relajación de los requisitos sustantivos, sino una aplicación más técnica y ajustada a la realidad de los signos que actualmente se presentan en el comercio.

Análisis de la Evolución Doctrinal y su Reflejo en la Práctica Administrativa. El

análisis de los casos permitió identificar una evolución en la interpretación de los artículos 27 y 33.6 L.P.I. Inicialmente, la administración adoptó una postura restrictiva, denegando sistemáticamente las solicitudes de marcas tridimensionales con base en una interpretación literal de la ley, contraria a la doctrina y jurisprudencia internacional que ya reconocían la posibilidad de registrar la forma de un producto o su envase.

Aplicación incorrecta del artículo 33.6 L.P.I.: En el pasado, la administración aplicó erróneamente dicha norma al denegar solicitudes que buscaban proteger la forma de un envase, cuando la exclusión solo aplica a la forma del producto en sí mismo. Esta aplicación errónea fue corregida en los boletines más recientes.

Reconocimiento de la distintividad de las formas: La administración reconoció que ciertas formas pueden ser distintivas, especialmente cuando incorporan elementos denominativos o figurativos, o cuando han adquirido distintividad por el uso.

Alineación con la doctrina y jurisprudencia internacional: La práctica administrativa actual se ha ido alineando con los estándares internacionales que reconocen la posibilidad de registrar la forma de un producto o su envase como marca.

Importancia de los antecedentes: Los casos de CACIQUE, ABSOLUT VODKA y CHAMPAGNE PERRIER-JOUET sentaron precedentes relevantes que facilitarán el registro de marcas tridimensionales en el futuro, siempre que se acredite la distintividad del signo.

En definitiva, la evolución de la práctica administrativa en materia de marcas tridimensionales reflejó una maduración del sistema de propiedad industrial, que se adaptó a las realidades del mercado y a los estándares internacionales, permitiendo una protección más efectiva de los signos distintivos y fomentando la innovación y la competencia leal.

Ahora bien, esta evolución no ha sido exenta de deficiencias interpretativas por parte del SAPI, que aún presenta fallas en la comprensión del alcance y contenido de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI. En efecto, el examen de fondo parece omitir que una marca gráfica puede resultar descriptiva de los productos que pretende distinguir, cuando la representación del signo coincide con la apariencia del propio artículo comercializado. Más aún, si el signo solicitado es el producto mismo que se pretende distinguir, su registro resulta ineludiblemente contrario a la prohibición del ordinal 6°, que proscribire la apropiación de las formas dadas por el fabricante. Esta incompreensión del marco normativo conduce a concesiones indebidas que distorsionan la función de la marca y desnaturalizan el sistema de propiedad industrial, al permitir que solicitantes obtengan una protección que debiera canalizarse, en su caso, a través de otras figuras como las patentes o los diseños industriales.

Una vez completada la recolección y el procesamiento, los resultados se presentaron en dos grandes bloques:

- Resultados del análisis documental (incorporados en los Capítulos II y IV). Se estructuraron en:
 - Tabla comparativa de los criterios de registrabilidad en la normativa venezolana, andina, mexicana y europea (Capítulo II).
 - Síntesis interpretativa de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI, con sus implicaciones para la distinción producto/envase (Capítulo IV).
 - Recopilación de las prácticas del SAPI a partir de los boletines oficiales (Capítulo IV).

El análisis se realizó mediante la técnica de comparación constante (Galeano, 2012), confrontando las posiciones de distintos autores y las decisiones administrativas para identificar puntos de consenso, disenso y vacíos interpretativos. De este análisis surgieron las principales problemáticas que los lineamientos debían resolver: la aptitud distintiva del signo incluyendo su aplicabilidad a los servicios, la distinción ontológica entre producto y envase, la genericidad o tipicidad de la forma en el mercado, la diferenciación entre descriptividad, sugestión y funcionalidad técnica, y, finalmente, la determinación de la distintividad ya sea inherente o adquirida mediante el uso prolongado como criterio decisorio. Estas problemáticas fueron abordadas mediante una metodología secuencial y acumulativa, materializada en los cinco lineamientos sustantivos propuestos, precedidos de una verificación formal preliminar y seguidos de la fase de publicación y oposición.

La propuesta de lineamientos, desarrollada en el Capítulo IV, se presentó como una metodología secuencial estructurada en cinco lineamientos sustantivos precedidos de una verificación formal preliminar y seguidos de la fase de publicación y oposición, acompañada de una tabla resumen que sintetiza la base legal, la acción del examinador y la decisión posible para cada etapa. Los resultados del análisis documental justificaron cada uno de los criterios adoptados, garantizando la coherencia dogmática y la viabilidad operativa de la propuesta.

Los resultados no se acompañaron de gráficos estadísticos ni figuras complejas, salvo la tabla de lineamientos, que se incluyó como un elemento de síntesis.

CAPÍTULO IV DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.1.- Análisis del Artículo 33, ordinales 6° y 9°, de la Ley de Propiedad Industrial: Implicaciones para las Marcas Tridimensionales

Preliminar: La Doble Prohibición del Artículo 33 (Adopción y Registro)

El artículo 33 de la LPI constituye una norma de orden público dentro del sistema marcario venezolano, al establecer un catálogo de supuestos en los cuales no podrán adoptarse ni registrarse como marcas determinados signos o elementos.

La expresión adoptarse se refiere al uso fáctico de un signo en el tráfico comercial, con prescindencia de todo título registral; mientras que registrarse alude al acto de inscripción formal ante el SAPI. De esta manera, el legislador ha querido impedir tanto la utilización de hecho como la concesión de un derecho exclusivo sobre aquellos elementos que, por su naturaleza o función, no deben ser objeto de apropiación marcaria.

Adicionalmente, el artículo 33 cumple una función de barrera jurídica destinada a evitar que, mediante el registro de una marca, se terminen protegiendo materias propias de otras ramas de la propiedad industrial, en particular las patentes de invención. Ello se evidencia, entre otros, en el ordinal 7° del mismo artículo —que excluye “las figuras geométricas que no revistan novedad”—, donde se introduce el requisito de novedad, característica inexorable del derecho de patentes y no del derecho marcario. Así, la norma impide que solicitantes eludan los requisitos de patentabilidad (novedad, nivel inventivo y aplicación industrial) para obtener, a través del registro de una marca tridimensional, una protección prácticamente perpetua (renovable cada quince años) sobre formas o configuraciones que deberían ser de dominio público una vez vencido el plazo de exclusiva patentaria.

Análisis del ordinal 6° Prohibición de la Forma y Color Propios del Producto Fabricado.

Este dispone que no podrán adoptarse ni registrarse como marca “la forma y color que se dé a los artículos o productos por el fabricante, ni los colores o combinación de colores por sí solos”.

Sentido y Alcance de la Prohibición. La *ratio legis* de este ordinal radica en impedir que el fabricante se atribuya un monopolio sobre aquellos elementos que son inherentes, funcionales o meramente estéticos al producto que él mismo elabora. El legislador ha comprendido que, si se permitiera registrar como marca la forma tridimensional o el color que el fabricante le imprime a su artículo, se estaría protegiendo el producto en sí mismo, y no un signo distintivo de origen empresarial. Ello generaría una exclusividad sobre la configuración material del bien, con las siguientes consecuencias negativas para el orden económico:

- Impedimento a la libre competencia: al quedar la forma del producto reservada a un único titular, los competidores no podrían ofrecer artículos de idéntica o similar configuración, aun cuando dicha configuración responda a exigencias funcionales, técnicas o de preferencia generalizada del consumidor.
- Confusión entre marca y producto: la función esencial de la marca es distinguir productos según su origen empresarial, no proteger el diseño industrial o la invención. Registrar la forma del producto como marca desvirtúa esta función, pues el consumidor asociaría la forma con el producto mismo y no con su procedencia.
- Vaciamiento del sistema de patentes y diseños: las formas y colores propios de un producto, cuando son novedosos y originales, pueden ser protegidos mediante patentes de invención (si resuelven un problema técnico) o mediante diseños industriales (si son ornamentales). Ambos títulos tienen una duración limitada. Permitir su protección

indefinida vía marcaría frustraría el equilibrio que la administración de la propiedad intelectual busca entre incentivo a la innovación y acceso al conocimiento.

Aplicación de las marcas tridimensionales: distinción entre producto y envase.

Para los fines del presente TEG, resulta crucial precisar que la prohibición del ordinal 6° no alcanza a todas las formas tridimensionales asociadas a un producto, sino únicamente a aquellas que constituyen el producto mismo que el fabricante elabora y comercializa. La clave interpretativa reside en identificar cuál es el producto relevante en el tráfico económico.

- Al examinar el alcance restrictivo del ordinal 6° del artículo 33, se colige que el núcleo de la hermenéutica jurídica descansa en la diferenciación entre la configuración anatómica intrínseca del bien y el contenedor comercial que lo resguarda. Cuando la volumetría solicitada se mimetiza de forma indefectible con la mercancía elaborada por el fabricante, la denegación del registro se activa para salvaguardar la libre competencia; por el contrario, si la bidimensionalidad o tridimensionalidad actúa como un envoltorio accesorio dotado de singularidad estética, el ordenamiento jurídico nacional abre los canales para el reconocimiento de su distintividad, impidiendo que el signo sea asimilado como una mera solución técnica genérica.

Esta distinción resulta ontológicamente necesaria: el ordinal 6° persigue evitar que un agente económico monopolice la apariencia de su mercancía cuando dicha configuración constituye la esencia misma del producto. Por el contrario, esta prohibición no pretende impedir el registro de envases tridimensionales que ejercen una función idónea de identificación del origen empresarial, siempre que tales contenedores no revistan un carácter genérico o necesario;

extremo de irregistrabilidad que corresponde ser examinado de forma autónoma bajo los parámetros del ordinal 9°.

Supuesto específico tutelado por el ordinal 6°.

A efectos de esta investigación, el ordinal 6° tutela aquellos casos en los que el fabricante pretende extender su derecho marcario a las propias mercancías que elabora, con la intención de obtener una protección perpetua sobre la configuración material de sus productos. El límite se activa cuando la forma o color reivindicados coinciden con la identidad física del artículo ofrecido al público, de manera que conceder el registro equivaldría a otorgar un monopolio sobre el bien en sí, en detrimento de la competencia y de los consumidores.

Análisis del ordinal 9° Prohibición de Formas de uso General o Típicas.

Del presente se desprende que no podrán adoptarse ni registrarse como marca “los términos y locuciones que hayan pasado al uso general, y las expresiones comúnmente empleadas para indicar el género, la especie, naturaleza, origen, cualidad o forma de los productos” (LPI, Artículo 33, 9°).

La Inclusión de la “Forma de los Productos” como Categoría Prohibida. Aunque el ordinal 9° se refiere primordialmente a signos denominativos, su texto incluye expresamente las locuciones que indican la “forma de los productos”. En consecuencia, resulta aplicable a las marcas tridimensionales cuando la forma pretendida es una que, por su uso generalizado y típico en el sector comercial, se ha convertido en la manera habitual de presentar un determinado producto. La norma persigue evitar que un operador económico se apropie de aquello que es común a todos los comerciantes del ramo, impidiendo así la exclusión de competidores.

Relación con el ordinal 6° Diferencia Funcional.

El ordinal 9° complementa al ordinal 6° desde una perspectiva diferenciada. Mientras que el ordinal 6° se ocupa de la configuración formal que el agente económico imprime a su propio producto coincidiendo con la fisonomía del objeto mismo, el ordinal 9° regula aquellas formas que ya se encuentran estandarizadas en el tráfico comercial, con independencia de su origen de diseño. Ambas normas convergen en el propósito superior de preservar el dominio público sobre ciertas configuraciones tridimensionales, pero a través de supuestos de hecho distintos:

- El ordinal 6°: Establece una prohibición fundada en la identidad absoluta entre el signo y la mercancía, en virtud de que la forma propuesta constituye el producto en sí mismo.
- El ordinal 9°: Instaure una prohibición por genericidad o tipicidad formal, dado que la configuración pretendida es la usual, necesaria o común para identificar a una determinada categoría de productos en el mercado.

Para las marcas tridimensionales, la aplicación del ordinal 9° exige un análisis fáctico que parte de la siguiente interrogante: ¿la forma cuyo registro se pretende es la forma típica con la que los consumidores identifican el género, especie o naturaleza del producto? Si la respuesta es afirmativa, la forma ha pasado al uso general y no puede ser objeto de apropiación exclusiva. En caso contrario, si la forma es singular y no habitual en el sector, el dispositivo normativo en cuestión, no impide el registro, siempre que se superen los demás requisitos legales.

Consecuencias económicas de la prohibición. Conceder el registro de formas típicas o genéricas como marcas tridimensionales generaría un efecto anticompetitivo análogo al proscrito en el ordinal 6°. En este supuesto, el titular devendría en el único oferente legítimo del producto

bajo esa presentación, lo que obligaría a los competidores a recurrir a configuraciones alternativas o artificiales que podrían carecer de viabilidad comercial en el mercado. Así las cosas, tanto el ordinal 6° como el ordinal 9° actúan como salvaguardas de la libre competencia y de los derechos del consumidor, al impedir que la exclusividad marcaría instrumentalice prácticas de restricción comercial o de competencia desleal.

Función Integradora del Artículo 33 Frente a Abusos y Defraudaciones. En conjunto, el artículo 33 y, específicamente, sus ordinales 6° y 9° protegen al comercio y a los consumidores de posibles defraudaciones. Admitir el registro de la forma propia del producto (ordinal 6°) o de configuraciones usuales y generalizadas (ordinal 9°) induciría a error al público sobre el origen de los bienes, menoscabaría la libertad de empresa y consolidaría posiciones de dominio contractual o de mercado injustificadas. Por ello, la correcta aplicación de estas disposiciones normativas es esencial para mantener el equilibrio entre la tutela de la propiedad industrial y la dinámica competitiva del mercado.

Los ordinales 6° y 9° del artículo 33, la LPI venezolana, leídos sistemáticamente y a la luz de los principios que rigen las marcas tridimensionales, ofrecen un marco normativo claro para distinguir entre las formas registrables y las que no.

Tal como se desarrolló en el apartado anterior, el ordinal 6° se ocupa de la forma-producto, mientras que el ordinal 9° veda las formas típicas o generalizadas. De esta doble barrera se desprende que ninguna de las dos causales impide, *per se*, el registro de envases tridimensionales que posean carácter distintivo y no incurran en genericidad. Por ello, a partir de este punto, se asumirá como premisa establecida la viabilidad del registro de envases, siempre que no se trate de la forma del producto mismo.

En definitiva, los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI constituyen la verdadera frontera legal entre el derecho marcario y el derecho de patentes en el ordenamiento venezolano. Mientras que el primero impide que la forma o color propios del producto fabricado sean objeto de apropiación perpetua vía registro de marca, desviando así hacia el ámbito de las patentes o diseños industriales cualquier configuración tridimensional que revista novedad y funcionalidad, el segundo cierra el paso a aquellas formas que, por su uso generalizado o tipicidad, pertenecen al dominio público y no pueden ser monopolizadas por un solo agente económico. De esta manera, ambos ordinales operan como una barrera epistemológica que preserva la coherencia interna del sistema de propiedad industrial, las marcas distinguen orígenes empresariales, las patentes protegen invenciones temporales. Traspasar esa frontera equivaldría a desnaturalizar el derecho marcario y a vulnerar el principio de libre competencia, razón por la cual su correcta interpretación resulta cardinal para cualquier lineamiento de registro de marcas tridimensionales ante el SAPI.

4.2.- Consideraciones Metodológicas Preliminares

Antes de proceder al análisis sustantivo de la solicitud de registro, el examinador debe verificar el cumplimiento de los requisitos formales exigidos por la LPI en concordancia con la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos (LOPA). En particular, el artículo 30 de la LOPA dispone: «La actividad administrativa se desarrollará con arreglo a principios de economía, eficacia, celeridad e imparcialidad» (LOPA 1981, art. 30). Estos principios vinculan al SAPI en la tramitación de las solicitudes, imponiéndose la obligación de resolver expresamente dentro de los plazos legales y con estricta sujeción al ordenamiento jurídico.

En este orden de ideas, el examen de registrabilidad de una marca tridimensional deberá seguir una metodología secuencial y acumulativa, estructurada en seis fases correspondientes

a cada uno de los lineamientos propuestos. El rechazo de la solicitud en cualquiera de las fases impide el avance a las siguientes y debe ser motivado expresamente en la resolución respectiva, conforme a lo dispuesto en el artículo 18 de la LOPA.

4.3.- Metodología Aplicación de los Lineamientos

Verificación Formal Preliminar.

El examinador observando que ha sido superado el examen de forma procede a realizar el examen de fondo, en el que deberá constatar que el signo tridimensional cumple con los requisitos sustantivos de registrabilidad previstos en los artículos 27, 33, 34 y 35 de la LPI.

- Representación gráfica adecuada de la forma tridimensional, mediante vistas suficientes (planta, alzado, perfil y perspectiva) que permitan apreciar inequívocamente su configuración volumétrica.
- Descripción clara y precisa del signo, indicando expresamente si se reclama la forma del producto mismo o la del envase, empaque o presentación de un producto distinto.
- Especificación de los productos o servicios conforme al Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas.

Lineamiento 1: Aptitud distintiva del signo tridimensional en el marco del principio de especialidad

Consagrado en el artículo 32 de la LPI, delimita la protección marcaria a la clase de productos o servicios para la cual se hubiere solicitado el registro. En este contexto, la aptitud distintiva del signo tridimensional no puede apreciarse en abstracto, sino en función de los productos o servicios a distinguir previsto en clase del clasificador internacional de NIZA

La evaluación de este requisito exige que el examinador determine si la forma solicitada constituye una modalidad usual o funcional en el mercado para el rubro respectivo. La aptitud distintiva es la capacidad de identificar el origen empresarial y singularizar el producto o servicio frente a los de la competencia, por tanto, dentro del ámbito específico que el propio registro delimita.

En el caso de los servicios, el análisis debe centrarse en si la forma tridimensional reivindicada resulta apta para distinguir la actividad que identifica al prestador del servicio, aun cuando la forma no se materialice en un objeto físico, sino en el soporte, mobiliario, instalaciones o presentación del servicio mismo. El examinador deberá verificar que la forma no sea una modalidad usual en el mercado para la actividad de que se trate.

Corresponde al examinador declarar la concurrencia de la aptitud distintiva cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- La configuración tridimensional no está impuesta por la naturaleza del bien o servicio ni obedece a razones técnicas propias de la categoría; y
- La forma resulta perceptible y diferenciable para el consumidor en la clase correspondiente, ya sea como producto o como presentación del servicio.

Lineamiento 2: Lo que Produce el Fabricante (Distinción Producto vs. Envase)

Base legal: Artículo 33, ordinal 6° de la LPI, que prohíbe adoptar o registrar como marca *"la forma y color que se dé a los artículos o productos por el fabricante"*.

Actuación del examinador:

Corresponde al examinador determinar si la forma tridimensional reivindicada corresponde al producto en sí que el fabricante elabora y comercializa, o si constituye el envase, empaque o presentación que contiene un producto distinto. La distinción es fundamental, por cuanto la prohibición del ordinal 6° se circunscribe a la configuración material del producto fabricado, más no a su envoltorio o presentación comercial.

Metodología concreta:

- Cotejar la descripción del signo tridimensional con los productos listados en la solicitud, a fin de verificar si la forma reivindicada coincide con la materialidad del bien ofrecido al consumidor.
- Formular la pregunta rectora: ¿El bien que se comercializa es la forma tridimensional misma, o se trata de algo contenido dentro de esa forma?
- Aplicar la siguiente distinción ontológica:
 - Supuesto A (Producto): Si la forma tridimensional coincide con el producto mismo fabricado por el solicitante esto es, si constituye la materialidad del bien que se comercializa, la prohibición del ordinal 6° resulta aplicable y la solicitud debe ser denegada en este punto.
 - Supuesto B (Envase): Si la forma tridimensional corresponde a un envase, empaque o presentación que contiene un producto distinto, es decir, si el consumidor adquiere algo contenido dentro de la forma reivindicada, la prohibición del ordinal 6° no opera y el examen debe continuar hacia las siguientes fases.

Criterio de decisión:

- Si la forma = Producto → Denegación definitiva con fundamento en el artículo 33, ordinal

6°.

- Si la forma = Envase → Continuar al siguiente paso del examen de fondo.

Fundamento: Artículo 33, ordinal 6° de la LPI, que prohíbe adoptar o registrar como marca «la forma y color que se dé a los artículos o productos por el fabricante».

Actuación del examinador:

Debe determinar si la forma tridimensional reivindicada corresponde al producto mismo que el fabricante elabora y comercializa, o si constituye el envase, empaque o presentación de un producto distinto.

Lineamiento 3: Genericidad o Tipicidad de la Forma en el Mercado

Base legal: Artículo 33, ordinal 9° de la LPI, que prohíbe adoptar o registrar como marca *“los términos y locuciones que hayan pasado al uso general, y las expresiones comúnmente empleadas para indicar [...] la forma de los productos”*.

Actuación del examinador:

Corresponde al examinador investigar si la forma tridimensional pretendida constituye la forma típica, usual o genérica para presentar el producto o servicio en el sector comercial venezolano, conforme a las prácticas del mercado.

Metodología concreta:

1. Búsqueda registral: Realizar una consulta en los registros del SAPI para verificar si formas idénticas o sustancialmente similares han sido utilizadas o registradas por terceros en la misma clase de productos o servicios.
2. Consulta de prácticas comerciales: Analizar bases de datos públicas y privadas de productos disponibles en el mercado venezolano catálogos en línea, plataformas de comercio electrónico, publicaciones sectoriales y fuentes gremiales, a fin de determinar si la forma reivindicada es la empleada habitualmente por los comerciantes del rubro.

Criterio de decisión:

- Si la forma es típica, usual o genérica en el sector (por ejemplo, la forma de barra para jabón de tocador, la forma de cono para vaso desechable, o la forma rectangular para caja de zapatos), se aplica la prohibición del artículo 33, ordinal 9° y la solicitud debe ser denegada.
- Si, por el contrario, la forma es inusual, novedosa, caprichosa o no común en el sector,

Si la forma es genérica o típica en el sector → denegación; si la forma es singular y no habitual → continuar al siguiente paso.

Lineamiento 4: Descriptividad, Sugestión y Funcionalidad Técnica

Base legal: Artículo 33, ordinal 9° de la LPI (descriptividad), y la doctrina de la funcionalidad técnica, que impide que una forma necesaria para obtener un resultado técnico sea apropiada por vía marcaria, en protección del interés público y del sistema de patentes.

Actuación del examinador:

Corresponde al examinador determinar si la forma tridimensional reivindicada:

1. describe directamente una característica, función, uso o cualidad del producto (descriptividad);
2. sugiere de manera indirecta una característica del producto sin describirla literalmente (sugestión o evocación); o
3. está impuesta por consideraciones técnicas o funcionales del producto (funcionalidad técnica).

Metodología concreta:

1. Evaluación de descriptividad:

El examinador se preguntará: ¿Un consumidor medio, al observar la forma aisladamente, entiende inmediatamente para qué sirve el producto, de qué está hecho o cuál es su función?

- a. Si la respuesta es afirmativa, la forma es descriptiva y se encuentra alcanzada por la prohibición del artículo 33, ordinal 9° de la LPI, debiendo denegarse el registro.
 - b. Si la respuesta es negativa, el examinador pasará al siguiente paso.
2. Evaluación de sugestión o evocación:

El examinador verificará si la forma requiere un esfuerzo imaginativo, una asociación cultural o un ejercicio interpretativo por parte del consumidor para vincularla con el producto. En este supuesto, la forma es evocativa o sugestiva y, en principio, resulta registrable (siempre que no incurra en otras causales).

3. Evaluación de funcionalidad técnica:

En adición a lo anterior, debe verificarse si la forma es necesaria desde el punto de vista técnico o utilitario para el funcionamiento del producto. Si la forma resuelve un problema técnico o es indispensable para el uso del producto, no puede registrarse como marca tridimensional, pues dicho registro extendería indebidamente el monopolio que corresponde al sistema de patentes (protección temporal de diez años en Venezuela), en contra del interés público. Esta barrera se fundamenta en el ordinal 6° del artículo 33, que excluye la forma dada al producto por el fabricante, y en el principio general de no extensión del monopolio patentario.

Criterio de decisión:

- Si la forma es claramente descriptiva o funcional desde el punto de vista técnico
→ denegación.
- Si la forma es evocativa, sugestiva y no funcional → continuar al siguiente paso.

Lineamiento 5: Distintividad (Inherente o Adquirida)

Fundamento: Artículo 27 de la LPI, que exige que la marca revista novedad (carácter distintivo).

Actuación del examinador:

Este es el último filtro sustantivo del examen y, a menudo, el más complejo. El examinador debe determinar si la forma tridimensional posee suficiente capacidad distintiva para funcionar como marca, ya sea por su propia naturaleza (distintividad inherente) o por el uso prolongado en el mercado (distintividad adquirida).

Metodología concreta – Subfases:

1. Evaluación de la distintividad inherente

- Comparar la forma con las formas habituales del sector (información que ya ha sido recabada en el Lineamiento 4). La regla general es: cuanto más se aleje la forma de lo que es común en el sector, mayor será su distintividad inherente.

- Si la forma es original, caprichosa, arbitraria o fantasiosa (por ejemplo, una botella con ondulaciones caprichosas que no responden a ninguna necesidad funcional, una caja con una silueta animalística, un envase que reproduce una forma no asociada al producto), se considera inherentemente distintiva y el registro debe ser concedido, siempre que se hayan superado los lineamientos anteriores.

2. Evaluación de la distintividad adquirida (*secondary meaning*)

- Si la forma carece de distintividad inherente (es decir, es relativamente común pero no llega a ser genérica), el examinador deberá dar oportunidad al solicitante de acreditar que,

mediante el uso constante, prolongado y extendido en el mercado venezolano, la forma ha adquirido capacidad distintiva ante el consumidor.

- La carga de la prueba recae íntegramente sobre el solicitante. Los medios probatorios admisibles incluyen, a título enunciativo:

Declaraciones juradas y documentos que acrediten volúmenes de venta en territorio venezolano durante un período de al menos tres a cinco años.

Facturas, contratos y demás documentos comerciales que demuestren el uso constante de la forma en el mercado.

Inversiones publicitarias específicamente destinadas a asociar la forma tridimensional con el origen empresarial del solicitante.

Encuestas de reconocimiento de marca realizadas mediante metodologías estadísticamente válidas y aceptadas en el ámbito de la propiedad intelectual.

Premios, menciones o reconocimientos en medios de comunicación venezolanos que evidencien la notoriedad de la forma.

Dictámenes de cámaras gremiales o asociaciones sectoriales que reconozcan la asociación entre la forma y el solicitante.

- El examinador valorará las pruebas con criterio razonable y en atención a las circunstancias del caso concreto. Si las pruebas son suficientes y demuestran que el consumidor venezolano asocia la forma con un único origen empresarial, se concederá el registro. Si las pruebas son insuficientes, no concluyentes o no demuestran la adquisición de distintividad, la solicitud será denegada.

Criterio de decisión final:

- Si se acredita distintividad inherente → registro concedido.
- Si se acredita distintividad adquirida mediante uso probado → registro concedido.
- Si no se acredita ninguna forma de distintividad → denegación definitiva.

4.3.1 Síntesis Metodológica Lineamientos para el examen de registrabilidad de marcas

tridimensionales ante el SAPI

Lineamiento	Base Legal	Acción del Examinador	Decisión Posible
Lineamiento 1: Aptitud distintiva en el marco del principio de especialidad	Artículo 32 LPI (principio de especialidad) y Artículo 27 LPI (carácter distintivo)	Determinar si la forma tridimensional es apta para distinguir productos o servicios en la clase solicitada, verificando que no constituya una modalidad usual o funcional en el mercado para el rubro respectivo.	Si es apta → continuar al Lineamiento 2. Si no es apta → denegación definitiva.
Lineamiento 2: Distinción entre Producto y Envase	Artículo 33, ordinal 6° LPI (prohibición de registrar la forma del producto fabricado)	Determinar si la forma coincide con el producto mismo que el fabricante comercializa, o si constituye el envase que contiene un producto distinto.	Si es Producto → denegación definitiva. Si es Envase → continuar al Lineamiento 3.
Lineamiento 3: Genericidad o Tipicidad de la Forma	Artículo 33, ordinal 9° LPI (términos y locuciones de uso general)	Investigar si la forma constituye la forma típica, usual o genérica en el sector comercial venezolano, mediante búsqueda registral (SAPI) y consulta de prácticas comerciales.	Si es genérica/típica → denegación definitiva. Si es singular → continuar al Lineamiento 4.
Lineamiento 4: Descriptividad, Sugestión y Funcionalidad Técnica	Artículo 33, ordinal 9° LPI (descriptividad) y doctrina de funcionalidad técnica	Evaluar si la forma: (i) describe directamente una característica del producto, (ii) la sugiere indirectamente, o (iii) está impuesta por consideraciones técnicas o funcionales.	Si es claramente descriptiva o funcional → denegación definitiva. Si es evocativa/sugestiva y no funcional → continuar al Lineamiento 5.
Lineamiento 5: Decisión Final sobre la Distintividad	Artículo 27 LPI (carácter distintivo)	Integrar los resultados de los lineamientos previos y determinar si la forma posee distintividad inherente o distintividad adquirida (<i>secondary meaning</i>) mediante uso prolongado en el mercado.	Si acredita distintividad inherente o adquirida → registro concedido. Si no acredita ninguna forma de distintividad → denegación definitiva.

Obligación de Motivación de la Decisión

Conforme a lo dispuesto por el artículo 82 de la LPI y el artículo 18 de la LOPA, y vista de los lineamientos anteriormente expuestos el examinador deberá emitir resolución escrita y motivada. La motivación deberá ser clara, congruente y suficiente, permitiendo al solicitante conocer los criterios aplicados y ejercer, en caso de denegación, los recursos administrativos correspondientes (reconsideración y jerárquico).

La presente metodología constituye una propuesta de estandarización del examen administrativo de las marcas tridimensionales en Venezuela, destinada a dotar al SAPI de criterios objetivos, técnicamente fundamentados y jurídicamente consistentes. Su aplicación deberá efectuarse con estricta sujeción a los principios de legalidad, eficacia, celeridad e imparcialidad establecidos en el artículo 30 de la LOPA, garantizando la protección legítima de los signos tridimensionales que efectivamente cumplan una función distintiva en el mercado y evitando que el registro de marcas se convierta en un instrumento de prácticas anticompetitivas o de defraudación del sistema de propiedad industrial.

CAPÍTULO V ***CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES***

La presente investigación tuvo como propósito central formular lineamientos jurídico-técnicos que viabilicen el registro de marcas tridimensionales ante el SAPI, mediante una interpretación evolutiva de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI, orientada a garantizar la seguridad jurídica de los administrados. El análisis documental exhaustivo, la revisión del derecho comparado y la sistematización de la doctrina jurisprudencial permitieron alcanzar las siguientes conclusiones, estructuradas en estricta correspondencia con cada uno de los objetivos específicos planteados.

En relación con el primer objetivo específico, se concluye que el ordenamiento marcario venezolano, regido de manera ultraactiva por la LPI, adolece de un anacronismo interpretativo que dificulta el acceso al registro de las formas volumétricas. No obstante, el examen de los ordinales 6° y 9° del artículo 33 demostró que estas disposiciones no configuran prohibiciones absolutas insalvables, sino mecanismos de cautela frente a la funcionalidad técnica. Por consiguiente, el desfase normativo actual es susceptible de ser superado mediante una hermenéutica evolutiva que armonice la praxis del órgano rector con las dinámicas del comercio contemporáneo

Asimismo, respecto al examen del derecho comparado andino y europeo, se constató que la adopción de figuras como el *secondary meaning* y la delimitación de la distintividad sobrevenida fungen como herramientas eficaces para resolver los conflictos de registrabilidad.

Las experiencias analizadas demuestran que las formas tridimensionales adquieren aptitud distintiva en la medida en que el consumidor logre identificar el origen empresarial del producto sin asociarlo exclusivamente a su utilidad práctica, lo cual ofrece un sólido fundamento dogmático para la formulación de los lineamientos propuestos en esta investigación.

En lo que respecta al segundo objetivo específico, enfocado en el examen de las causales de irregistrabilidad previstas en los ordinales 6° y 9° del artículo 33 de la LPI de 1955 bajo el contraste de la praxis del SAPI frente a la jurisprudencia andina y extranjera, se concluye que:

- Del análisis del ordinal 6° queda en evidencia que su prohibición se activa exclusivamente cuando la forma tridimensional coincide con el producto mismo fabricado por el solicitante. En consecuencia, dicha causal no resulta oponible a las solicitudes de registro de envases, empaques o presentaciones tridimensionales que contengan un producto distinto. La conclusión contraria a esto, implicaría extender la prohibición a los envases, lo cual carece de sustento en la letra o en la *ratio legis* del precepto.

- El ordinal 9 del artículo 33 prohíbe el registro de “los términos y locuciones que hayan pasado al uso general, y las expresiones comúnmente empleadas para indicar [...] la forma de los productos”. Aunque originalmente pensada para signos denominativos, esta disposición se aplica también a las marcas tridimensionales cuando la forma pretendida es la forma típica, usual o genérica para presentar un determinado producto en el mercado venezolano. La jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (procesos 113-IP-2003 y 33-IP-2005) ha precisado que la prohibición alcanza exclusivamente a las “formas usuales” y no a las “representaciones peculiares o arbitrarias”. El SAPI ha incurrido en una interpretación extensiva de esta causal, denegando solicitudes sin verificar previamente si la forma es efectivamente habitual en el sector comercial o si, por el contrario, posee singularidad.

Ambos ordinales actúan como una barrera jurídica que preserva la coherencia interna del sistema de propiedad industrial: las marcas distinguen orígenes empresariales; las patentes y los diseños industriales protegen invenciones y ornamentaciones temporales. Traspasar esa frontera mediante una interpretación laxa de las causales de irregistrabilidad desnaturalizaría el derecho marcario. La correcta aplicación de estas normas exige, en consecuencia, un análisis casuístico, objetivo y técnicamente fundado, no una negativa automática.

En relación con el tercer objetivo específico, la relevancia institucional del presente TEG radica en el propósito de aportar al SAPI un compendio de directrices técnico-jurídicas que optimicen la evaluación de las solicitudes de marcas volumétricas. De este modo, la investigación persigue demostrar la viabilidad jurídica y operativa del registro tridimensional en el contexto nacional, proveyendo a los examinadores de herramientas analíticas alineadas con las

tendencias internacionales en la materia.

En consecuencia, se concluye que el ordenamiento jurídico venezolano vigente interpretado sistemáticamente, a la luz de los tratados internacionales suscritos por la República y de los principios generales del derecho marcario sí permite el registro de marcas tridimensionales. La adopción de los lineamientos propuestos permitiría superar la incertidumbre interpretativa que ha caracterizado la práctica administrativa en esta materia, ofreciendo al SAPI una herramienta objetiva para el examen de futuras solicitudes.

Recomendaciones

Sobre la base de las conclusiones anteriores, se formulan las siguientes recomendaciones dirigidas al SAPI, así como a la comunidad académica y a los agentes de la propiedad industrial.

Para el SAPI:

La presente investigación ha revisado la normativa vigente desde 1955 y ha analizado resoluciones del SAPI publicadas en los Boletines de Propiedad Industrial a partir del año 2008. Esta revisión histórica evidencia que, incluso en los casos en que se haya concedido algún registro de marca tridimensional durante ese período, la ausencia de criterios unificados ha generado incertidumbre entre los solicitantes. En tal sentido, los lineamientos desarrollados en este trabajo podrían servir como una referencia útil para reforzar la continuidad y homogeneidad de la práctica administrativa.

Se sugiere que la Dirección de Marcas pueda tomar como referencia la metodología secuencial expuesta en el Capítulo IV, bien para elaborar un instrumento normativo interno

(circular, instructivo o resolución) o simplemente para orientar el examen de futuras solicitudes. La estandarización de criterios, aunque sea de manera paulatina, contribuiría a brindar mayor confianza a los administrados.

Otra medida de utilidad práctica sería la elaboración de una guía de usuario para marcas tridimensionales, en la que se especifiquen los requisitos formales de representación gráfica (vistas suficientes, prohibición de mostrar partes por separado) y los criterios sustantivos de examen. Se recomienda que dicha guía sea puesta a disposición del público en el portal web institucional del SAPI.

Finalmente, se invita al SAPI a considerar la posibilidad de revisar, mediante los mecanismos administrativos pertinentes (consultas previas o reconsideraciones), aquellas solicitudes de marcas tridimensionales que hayan sido denegadas con fundamento exclusivo en la supuesta falta de previsión legal. La aplicación de los criterios interpretativos desarrollados en esta investigación podría ofrecer una base sólida para reexaminar dichos casos, sin que ello implique necesariamente una modificación de la normativa vigente.

Para la Comunidad Académica y los Profesionales del Derecho:

Se recomienda profundizar en el estudio de las marcas tridimensionales desde una perspectiva dogmática y práctica, superando la visión exclusivamente literal de la LPI. En particular, sería valioso analizar la posibilidad de impulsar, a futuro, una reforma legislativa que incorpore expresamente los signos tridimensionales, sin perjuicio de la interpretación evolutiva que ya es posible realizar dentro del marco legal vigente.

También se sugiere documentar y publicar las resoluciones del SAPI en las que, tras la consideración de criterios análogos a los aquí expuestos, se conceda el registro de una marca tridimensional. La difusión de estos pronunciamientos generaría precedentes administrativos

útiles para orientar futuras solicitudes y para consolidar una práctica más uniforme, brindando seguridad jurídica *ex tunc* a los actos que se ajusten a dichos criterios.

La presente investigación ha mostrado que la viabilidad del registro de marcas tridimensionales en Venezuela no depende exclusivamente de una reforma legislativa, sino también de una interpretación actualizada, sistemática y técnicamente fundada de la LPI. La consideración de los lineamientos propuestos ya sea como referencia o como base para futuros desarrollos normativos constituiría un avance hacia la modernización del sistema marcario venezolano, el fortalecimiento de la seguridad jurídica y la promoción de la innovación comercial en el país. Su aplicación, incluso con efectos *ex tunc* en aquellos casos pendientes de resolución, contribuiría a corregir desviaciones interpretativas del pasado y a garantizar la continuidad administrativa desde la entrada en vigor de la ley.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (1994, diciembre 29). Gaceta oficial de la República de Venezuela N° 4.829 (Extraordinario), diciembre 29, 1994.

Antequera Parilli, R. (2008). La protección legal de las marcas tridimensionales (con especial referencia a las marcas constituidas por envases). *Derecho y Sociedad*, (31), 17-41.

Aviso Oficial DG-001-2020 (2020, febrero 7), Ministerio del Poder Popular de Comercio Nacional. Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual (SAPI). Boletín de la Propiedad Industrial N° 2 Extraordinario (2020, febrero 10). Tomo I, pp. 2-9
<https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-dg-001-2020/>

Consejo de las Comunidades Europeas. (1988, diciembre 21). Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas. *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, L 40/1.

Courrejolles, C. A. (2001). Distintividad marcaria (parte 1). *Derecho & Sociedad*, (17), 180-186.

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. (1967). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 4.882 (Extraordinario), marzo 30, 1995.

Decisión 486 Régimen Común sobre Propiedad Industrial (2000). Comisión de la Comunidad Andina. Secretaría General de la Comunidad Andina.

Fhima, I. (2023). 3D shape marks: A 360-degree analysis. *Current Legal Problems*, 76(1), 201–263. <https://doi.org/10.1093/clp/cuad008>

Galeano, M. (2012). *Estrategias de Investigación Social Cualitativa*. La Carreta Editores.

García, A. (2013). Situación Jurídica de la Marca Tridimensional por la desaplicación de la legislación andina en la República Bolivariana de Venezuela. *Cuestiones Jurídicas*, 7(2), 65-78.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la Investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia*. Quirón.

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (s.f.). *Guía del Usuario de Signos Distintivos*. IMPI. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24087w/r7.pdf>

Ley de Propiedad Industrial (1956, diciembre 10). Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 25.227.

Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. (2020, 1 de julio). Diario Oficial de la Federación Estados Unidos Mexicanos.

Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos. (1981, julio 1). Gaceta Oficial N° 2.818 Extraordinaria.

López Jaén, G. T. (2012). *La Distintividad como Requisito Fundamental para el Registro de una Marca*. *Revista Propiedad Intelectual*, (15), 137-153. http://www.ulpiano.org.ve/revistas/bases/artic/texto/RPI/15/rpi_2012_15_137-153.pdf

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea. (2022, junio 3). *Decisión de la*

Quinta Sala de Recurso en el asunto R 1839/2021-5: *The Absolut Company Aktiebolag*, solicitud de marca de la Unión Europea N.º 18 023 659.
https://euipo.europa.eu/copla/trademark/data/018023659/download/CLW/APL/2022/EN/20220603_R1839_2021-5.pdf

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea. (2023, 1 de febrero). *Directrices sobre marcas:9.3.3 Marcas de forma*.
<https://guidelines.euipo.europa.eu/1935305/1929195/directrices-sobre-marcas/9-3-3-marcas-de-forma>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2009). *Non-traditional marks: Singapore treaty enters into force*. *WIPO Magazine*, (1), 4.
https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2009/01/article_0003.html

Palacios, L. (1968). *Las Marcas Comerciales en Venezuela*. Universidad Central de Venezuela.

Rangel Ortiz, H. (2011). La forma del producto como marca tridimensional en la doctrina y la jurisprudencia. En Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual (ASIPI) (Ed.), *Derechos intelectuales* 16 (pp. 73-157). Legis Editores.

Sánchez, V. J. L. (2024). *Análisis jurídico del artículo 27 de la Ley de Propiedad Industrial* [Trabajo especial de grado], Universidad Monteávila.
<http://repositoriodigital.uma.edu.ve/xmlui/bitstream/handle/123456789/1234/TrabajoDeGrado.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=27.00>

Resolución N° 1364 de (2009, noviembre 6). Tomo I, pp. 15-18. Boletín de la Propiedad Industrial N° 508 (2009, noviembre 17)

Resolución N° 1370 de (2009, noviembre 6). Tomo I, p. 22. Boletín de la Propiedad Industrial N° 508 (2009, noviembre 17)

Resolución N° 195 de (2025, marzo 13). Tomo 8 p. 04. Boletín de la Propiedad Industrial N° 640 (2025, marzo 20)

Resolución N° 510 de (2025, septiembre 4). Tomo VIII, p. 84. Boletín de la Propiedad Industrial N° 645 (2025, septiembre 9).

Resolución N° 510 de (2025, septiembre 4). Tomo VIII, p. 95. Boletín de la Propiedad Industrial N° 645 (2025, septiembre 9).

Resolución N° 510 de (2025, septiembre 4). Tomo IX, p. 5. Boletín de la Propiedad Industrial N° 645 (2025, septiembre 9).

Resolución N° 802 de (2025, diciembre 29). Tomo I, p. 13. Boletín de la Propiedad Industrial N° 649 (2025, diciembre 30).

Resolución N° 47 de (2026, febrero 24). Tomo I, p. 8. Boletín de la Propiedad Industrial N° 651 (2026, marzo 10).

Resolución N° 47 de (2026, febrero 24). Tomo I, p. 20. Boletín de la Propiedad Industrial N° 651 (2026, marzo 10).

Resolución N° 60 de (2026, marzo 5). Tomo XI, p. 32. Boletín de la Propiedad Industrial N° 651 (2026, marzo 10).

Resolución N° 60 de (2026, marzo 5). Tomo XII, p. 80. Boletín de la Propiedad Industrial N° 651 (2026, marzo 10).

Resolución N° 285 de (2026, mayo 5). Tomo XIX, p. 18. Boletín de la Propiedad Industrial N° 653 (2026, mayo 19).

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2003, octubre 9). *Proceso 31-IP-2003*. <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr31ip03.pdf>

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2005). *Proceso 33-IP-2005*. <https://www.tribunalandino.org.ec/ips/Pr33ip05.pdf>

Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas. (2002, junio 18). *Asunto C-299/99, Koninklijke Philips Electronics NV contra Remington Consumer Products Ltd*. ECLI:EU:C:2002:377.

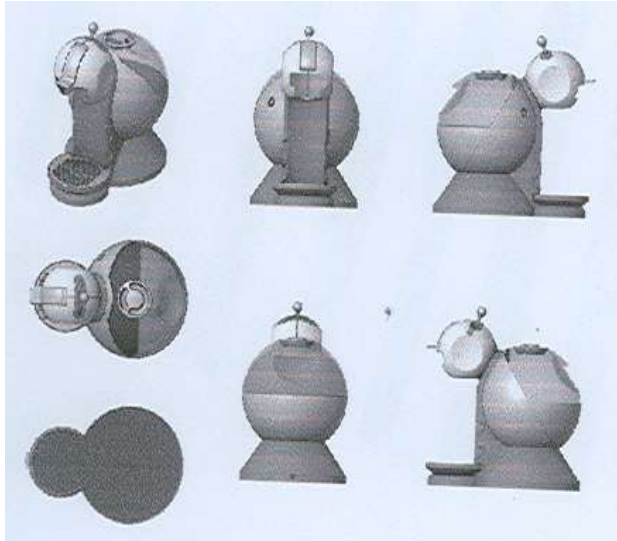
Tribunal de Justicia de la Unión Europea. (2004, febrero 12). *Asunto C-218/01, Henkel KGaA contra Deutsches Patent- und Markenamt*. ECLI:EU:C:2004:88. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:61999CJ0299>

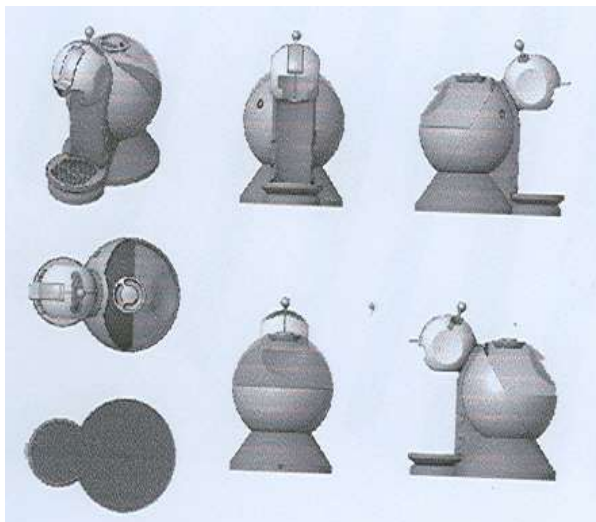
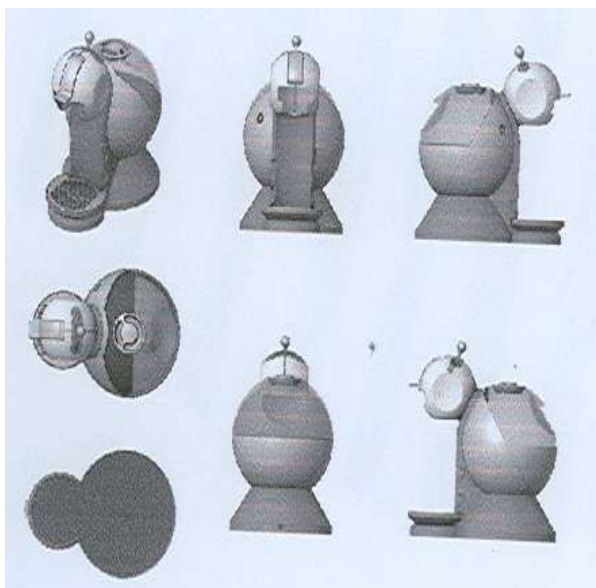
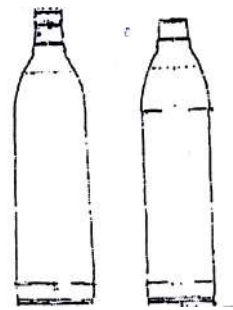
Tribunal Supremo de Justicia, Sala Político-Administrativa. (2010, mayo 5). *Sentencia N° 00374*. Expediente N° 2004-0006. Ponente: Yolanda Jaimes Guerrero. <https://historico.tsj.gob.ve/decisiones/spa/mayo/00374-5510-2010-2004-0006.html>

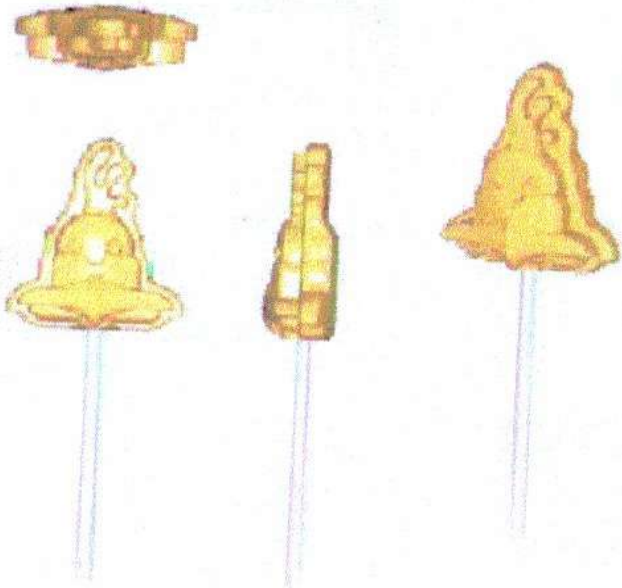
Universidad Monteávila. (2020). *Guía para el Trabajo Especial de Grado V.2 03/20*.

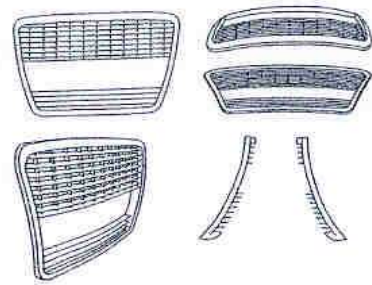
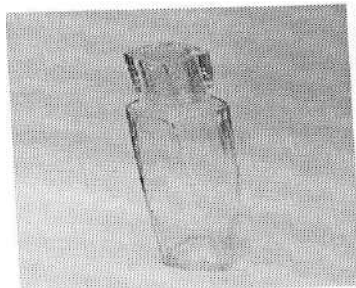
UPEL. (2016). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales*.

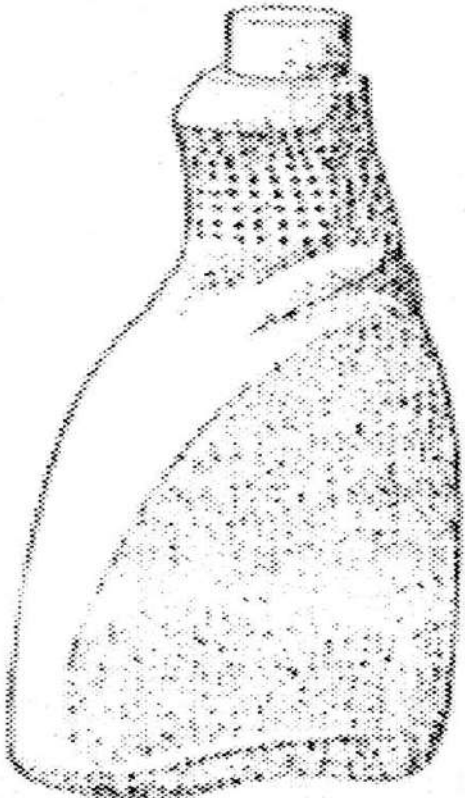
ANEXOS

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
1	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1364 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p.16	2008-005692	Ferrero S.P.A	30	Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.	NEGADA	27	Negar por cuanto solo se da protección a las palabras, frases o leyendas. En la ley no hay protección para marcas tridimensionales.	Pastelería y confitería, chocolate y productos de chocolate, cremas para untar, helados.	Consiste en una etiqueta en la cual se observa una figura tridimensional situada en forma vertical que asemeja ser un envase. En la vista frontal se puede apreciar el cuerpo de la figura o del envase que es ancho, ovalado en la parte superior y semicurvado en la parte inferior. El color del cuerpo de la figura descrita es claro con un borde fino en color oscuro, presentando en su parte interna una serie de líneas finas verticales u horizontales de color oscuro. En la parte superior de esta figura se aprecia la figura ovalada que en la vista frontal presenta una franja ancha de color claro con un borde fino en color oscuro, presentando en su parte interna una serie de líneas finas verticales de color oscuro. De la vista superior podemos ver la parte superior de la figura ovalada en una forma completa, la cual es ancha de color claro con el borde fino de color oscuro seguido internamente de un borde fino de color claro. El centro de la figura es de color claro con una serie de líneas finas de color oscuro que son de distintos tamaños. De la vista lateral derecha podemos ver que el cuerpo del envase presenta una hendidura la cual da como consecuencia que aparezca encima de ella una saliente en forma semirredonda; esta saliente es de borde fino de color oscuro con el centro en color claro donde se aprecia una serie de líneas finas verticales de color oscuro. Las tonalidades se mencionan a efectos de describir el diseño y no se reivindican colores. Se reivindica el conjunto descrito.	
2	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1364 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p.18	2008-016997	SOCIETE DES PRODUITS NESTLE, S.A	11	Aparatos e instalaciones de iluminación, calefacción, enfriamiento, producción de vapor, cocción, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias.	NEGADA	27	Negar por ser cuanto el signo solicitado consiste en una marca tridimensional, la cual es una figura no protegida por la ley de propiedad industrial vigente	Aparatos para calentar y cocinar, aparatos para calentar leche y preparar espuma de leche, aparatos para preparar bebidas, incluyendo café, té, cacao, capuchino, máquinas de café, recipientes para café y coladores eléctricos, partes y accesorios para las máquinas y aparatos antes mencionados, máquinas eléctricas, para preparar bebidas y elementos recargables, cartuchos, y piezas de recambio para dichas máquinas, filtros eléctricos para café, coladores eléctricos para café.	El signo solicitado consiste en un diseño tridimensional de una cafetera con características particulares, conformado por piezas circulares de color gris. Se reivindica el conjunto descrito tal y como se aprecia en el diseño anexo, y no así las leyendas genéricas o colores utilizados separadamente.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solici ta nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
3	508 de fecha 17-11-2009. Resolución n N° 1364 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p.18	2008-01-69-98	SOCIE TE DES PROD UITS NESTL E, S.A	30	Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.	NEG ADA	27	Negar por ser cuanto el signo solicitado consiste en una marca tridimensional, la cual es una figura no protegida por la ley de propiedad industrial vigente.	Café, extractos de café, preparaciones y bebidas hechas a base de café; café helado; substitutos del café, extractos de substitutos del café, preparaciones y bebidas hechas a base de substitutos del café; chicoria; té, extractos de té, preparaciones y bebidas hechas a partir de té; té helado; preparaciones hechas a base de malta; cacao y preparaciones y bebidas hechas a partir de cacao; chocolatería productos de chocolatería, preparaciones y bebidas hechas a base de chocolate; confitería, golosinas, caramelos; confitería azucarada; azúcar; goma de mascar; edulcorantes naturales; productos de panadería, pan, levadura, artículos de pastelería; bizcochos, tartas, galletas, barquillos, postres, budines; helados comestibles, helados comestibles a partir de agua, sorbetes, confitería helada, tartas heladas, cremas heladas, postres helados, yoghurts helados; productos para la preparación de helados comestibles y/o helados comestibles a partir de agua y/o sorbetes y/o confitería helada y/o tartas heladas y/o cremas heladas y/o postres helados y/o yoghurts helados; miel y substitutos de la miel; cereales para el desayuno, hojuelas de maíz, barras de cereal, cereales listos para comer; preparaciones de cereales; arroz, pastas alimenticias, tallarines; productos alimenticios hechos a partir de arroz, de harina o de cereales, también bajo la forma de platos cocinados; pizzas; sándwich; mezclas de pastas alimenticias y polvos para pasteles; salsas; salsa de soya; ketchup; productos para aromatizar o sazonar los alimentos, especias comestibles, condimentos, salsa para ensalada, mayonesa; mostaza; vinagre.	El signo solicitado consiste en un diseño tridimensional de una cafetera con características particulares, conformado por piezas circulares de color gris. Se reivindica el conjunto descrito tal y como se aprecia en el diseño anexo, y no así las leyendas genéricas o colores utilizados separadamente.	
4	508 de fecha 17-11-2009. Resolución n N° 1364 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p.18	2008-01-69-99	SOCIE TE DES PROD UITS NESTL E, S.A	32	Cervezas; bebidas sin alcohol; aguas minerales y carbonatadas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas sin alcohol.	NEG ADA	27	Negar por ser cuanto el signo solicitado consiste en una marca tridimensional, la cual es una figura no protegida por la ley de propiedad industrial vigente	Cervezas, aguas sin gas, agua efervescente o agua carbonatada, agua tratada para el consumo humano, agua de manantial, agua mineral, agua saborizada, bebidas hechas a base de frutas o con sabor a fruta, jugos de frutas o vegetales, néctares, limonadas, sodas y otras bebidas no alcohólicas, jarabes extractos y esencias y otras preparaciones para hacer bebidas no alcohólicas (excepto aceites esenciales); bebidas hechas a base de malta, bebidas isotónicas.	El signo solicitado consiste en un diseño tridimensional de una cafetera con características particulares, conformado por piezas circulares de color gris. Se reivindica el conjunto descrito tal y como se aprecia en el diseño anexo, y no así las leyendas genéricas o colores utilizados separadamente.	
5	508 de fecha 17-11-2009. Resolución n N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2003-00-32-24	DESTI LERIA CARU PANO C.A.	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	NEG ADA	33.6	Negada por cuanto el signo solicitado consiste en la forma de los envases del producto que pretende comercializar	Bebidas alcohólicas (con excepción de las cervezas).	Consiste en una etiqueta no enmarcada, de tamaño y de forma irregular, en la que se observa el diseño original de una botella vista de frente, de forma recta y uniforme, la cual se hace más angosta en la parte superior.	

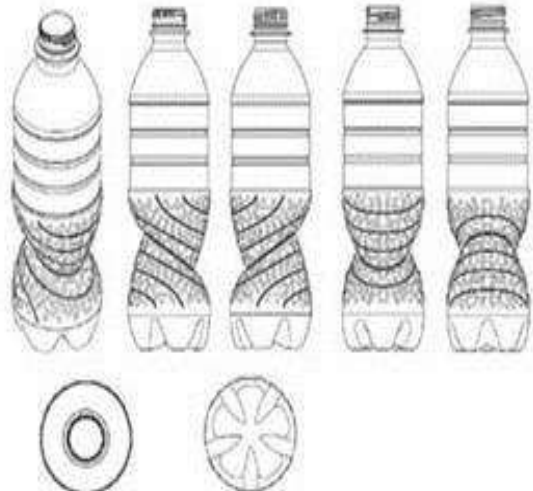
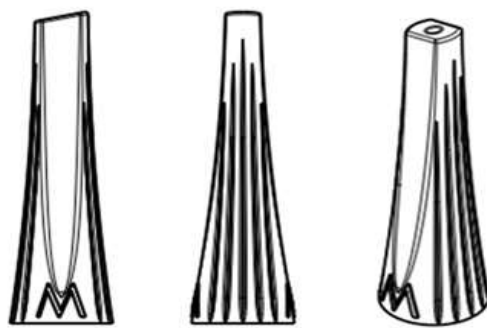
Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
6	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2003-015981	MARS, INCORPORATED	30	Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo.	NEGADA	33.6	Negar porque el signo solicitado consiste en la forma usual del producto para la cual va de usar.	No indica en el webpi	Figura tridimensional en cuya parte izquierda inferior podemos ver la vista frontal de la figura, la cual presenta una franja semiancha vertical de color blanco con los bordes en color morado y verde. En la parte superior de esta franja se ve una figura irregular que es ancha en su parte inferior y luego, en su parte superior, se vuelve menos ancha, formando así una figura que asemeja ser triangular, de color amarillo o dorado con el borde interno en color blanco. Dentro de esta figura se ven unas figuras irregulares, las cuales dan la sensación de estar en relieve y forman la figura de una cabeza de color amarillo o dorado con unas franjas en color blanco, de cuya parte superior sale una franja irregular de color blanco con el borde amarillo o dorado. Al lado derecho de la vista descrita podemos ver la vista de perfil de la figura anteriormente descrita, donde se ve el perfil de la franja de color blanco con el borde de color morado y verde, que presenta en su parte superior la figura irregular triangular vista de perfil, de color amarillo o dorado con unas franjas internas en color blanco con parte de su borde en color verde y morado. A continuación, en el lado derecho de la figura antes descrita, se observa la vista lateral de la figura tridimensional descrita, donde se vuelve a ver, pero en forma lateral, la franja vertical de color blanco con el borde morado y verde, que presenta en su parte superior la figura irregular triangular vista en forma lateral, la cual es de color amarillo o dorado, en cuya parte interna se ven unas figuras irregulares que dan la sensación de estar en relieve y forman una cabeza. En la parte superior izquierda, encima de la figura frontal descrita, se ve la vista superior de la figura tridimensional explicada, la cual presenta una forma ovalada de color amarillo o dorado con unas franjas en color blanco y unos bordes internos en color verde y morado, así como unas figuras irregulares en su parte interna media. Se reivindica el conjunto descrito.	
7	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-004352	SPORLOISIRS S.A.	3	Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; perfumes; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir y raspar.	NEGADA	33.6	Consiste en la forma de representar los productos para los cuales se ha solicitado	Muestra rojigris - sin texto - figura frasco tapado. /// distinguirá productos: preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar, preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar, jabones, perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello y dentífricos.	Botella traslúcida de color gris y base plana roja con bordes ovalados. La vista en perspectiva se puede apreciar del lado derecho de la etiqueta y el diseño frontal del lado izquierdo de la misma. En los laterales de la botella se distinguen franjas horizontales paralelas que forman un relieve.	
8	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-010183	ALBERTO FARÍÑEZ LAPIO LI	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	NEGADA	33.6	El signo solicitado consiste en la forma de presentar el producto para el cual se ha solicitado.	Licores alcohólicos, específicamente ron.	Consiste en el diseño novedoso de una botella de forma plana y alargada, la cual se hace más angosta hacia su parte superior o pico de la misma.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
9	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-012784	THE PROC TER & GAMB LE COMP ANY	5	Productos farmacéuticos , preparaciones para uso médico y veterinario; preparaciones higiénicas para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; esparadrapos, material para apósitos; materiales para empastes dentales, cera dental; desinfectantes ; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.	NEG ADA	33.6	El signo solicitado consiste en la forma del producto que se solicita.	Con marca gris azul - no texto - figura foto toalla sanitaria: productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para moldes dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas; toallas sanitarias	Consiste en una figura tridimensional de una toalla sanitaria de color gris. Vista desde su lado frontal, la toalla tiene una forma alargada, ancha, abierta y en posición oblicua. La toalla está dispuesta de manera que la parte superior se observa inclinada hacia la izquierda. Los lados derecho e izquierdo de la parte central de la misma tienen la particularidad de extenderse hacia afuera formando unas alas. La toalla tiene la particularidad de tener dos bordes: el primero es externo, rodea las alas y es de color azul oscuro; el segundo es de color más claro. Dentro de la toalla y de modo centrado se observan dos (2) figuras concéntricas. La figura externa es de color verde muy claro y tiene forma redondeada en sus partes superior e inferior, mientras que sus partes laterales son cóncavas. La figura interna es un óvalo alargado y de color azul cielo. Alrededor de ambas figuras se ven varios puntos de forma irregular y en las partes derecha e izquierda de cada ala se observan unas líneas dispuestas de manera oblicua y de color gris. Se reivindica el conjunto.	
10	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-013859	AUDI AG	12	Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.	NEG ADA	33.6	El signo solicitado consiste en la forma del producto para el cual se solicita.	Con marca en negro - no texto - grafico vistas parrilla : vehículos y sus repuestos .	Consiste en una figura tridimensional de una rejilla de radiador, de la cual se ven varias vistas diferentes.	
11	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-015048	AGRO S HOLDI NG S.A.	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	NEG ADA	33.6	Negada por cuanto la forma del producto no es susceptible de reivindicación	Con marca empaque en gris - no texto - gráfico botella: bebidas alcohólicas.	Consiste en un diseño tridimensional en el cual se observa una figura de fantasía que semeja una botella con extremos redondeados y que se encuentra ligeramente inclinada, con la particularidad de que la tapa de la botella está en forma hexagonal. Se reivindica el conjunto descrito anteriormente.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
12	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2004-015060	THE CLOROX COMPANY	5	Productos farmacéuticos , preparaciones para uso médico y veterinario; preparaciones higiénicas para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; suplementos alimenticios para personas o animales; esparadrapos, material para apósitos; materiales para empastes dentales, cera dental; desinfectantes ; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.	NEGADA	33.6	Negada por cuanto la forma del producto no es reivindicable	Con marca empaque en gris - no texto - gráfico botella: productos farmacéuticos, veterinarios e higiénicos, sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés (solo formulado para lactantes), emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para moldes dentales, desinfectantes, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas.	El diseño se encuentra compuesto por una figura tridimensional de un envase acoplable. En la parte superior del envase se aprecia la tapa del mismo, seguida por el cuello del envase de forma ondulada y de menor tamaño. El borde del cuello del envase se encuentra compuesto por unos pequeños puntos seguidos los unos de los otros. Debajo se aprecian dos ondas que representan la profundidad del mismo. Seguidamente se encuentra, de forma ondulada y de mayor tamaño, el cuerpo del envase, cuya parte inferior está compuesta por una curvatura cuyo centro se encuentra inclinado hacia adentro. Se reivindica el conjunto descrito.	
13	508 de fecha 17-11-2009. Resolución N° 1370 de fecha 06-11-2009 Tomo I, p. 22	2005-015317	BEVERAGE PARTNERS WORLDWIDE, S.A.	32	Cervezas; bebidas sin alcohol; aguas minerales y carbonatadas; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas sin alcohol.	Negada	33.6	El signo solicitado consiste en la forma de los productos y de sus envases	Muestra marca gráfica / sin textos / dibujo figura de botella / para cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas u zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.	Consiste en el diseño de una botella de forma alargada, de cuello estrecho; la misma parece estar dividida en cuatro segmentos por medio de tres franjas. La primera, de trazo grueso y de color claro, termina en el cuello, siendo el segmento número uno; la segunda es semigruesa, igualmente de color claro, y da origen al segmento número dos; la tercera es de trazo fino y oscuro, concluyendo el tercer y cuarto segmento. El diámetro de su base es ligeramente más grande que la estructura en sí del diseño. Se reivindica el conjunto descrito.	
14	640 de fecha 20-03-2025. Resolución N° 195 de fecha 13-03-2025 Tomo VIII, p. 4	2023-009191	VENUS	25	Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.	Concedida			Calzado en general; botas.	El signo solicitado consiste en una figura tridimensional la cual se asemeja a una bota, de color negro, cuyas vistas se presentan en diferentes ángulos; a saber: en la primera figura se aprecia la zona izquierda, en la segunda figura se aprecia la zona derecha, en la tercera figura se aprecia la zona frontal, la cuarta figura se aprecia la zona posterior, en la quinta figura se aprecia la zona inferior en donde se encuentra la suela y en la misma observamos el término VENUS, escrito en letra de molde minúscula de color negro, y para finalizar, en la sexta figura se aprecia la zona superior. Todo el diseño de la figura tridimensional antes descrita está conformado por múltiples líneas de formas geométricas, curvas, rectas y abstractas. Se reivindica el conjunto y colores descritos con independencia del tamaño, y no así las palabras o términos genéricos, todo de acuerdo a los facsímiles que se acompañan.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solici ta nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
15	645 de fecha 09- 09-2025. Resolució n Nº 510 de fecha 04-09- 2025 Tomo VIII, p. 84	20 22 - 01 06 52	CACIQ UE	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	Conc edida			Bebidas alcohólicas, excepto cervezas.	Consiste en la figura tridimensional en forma de botella, cuyas vistas se presentan en dos planos o ángulos. La botella es de vidrio transparente, y se presenta alargada, con forma rectangular, con bordes curvados y de cuello alto. Desde su vista frontal, se ve el cuello alto, la tapa y el cuerpo; la tapa se enrosca en el cuello alto que es angosto y se ensancha a medida que va bajando, conectándose con el cuerpo que presenta una forma rectangular con los bordes curvados en líneas puntiagudas. En el centro del cuerpo de la botella se observa un corte troquelado que asemeja un triángulo de líneas curvas o redondeadas y debajo del triángulo, también troquelada, se lee la palabra CACIQUE escrita en letra de molde, mayúscula. En la vista lateral se aprecia la forma ovalada de la botella, y parte del escudo y de la palabra antes descritos. Vista desde arriba se ve la parte plana de la tapa redonda y en la parte inferior el fondo de la botella. Se reivindica el conjunto descrito con independencia del tamaño, todo de acuerdo con los facsímiles que se acompañan, excluyendo el color gris o colores que se encuentran en el facsímil tomando en cuenta que, como mencionamos, se pretende proteger una figura tridimensional en forma de botella de vidrio transparente. La misma se encuentra sobre un fondo blanco, única y exclusivamente para que se aprecien las dimensiones reivindicadas, a saber: alto, ancho y profundidad, por lo tanto, no se reivindica el color blanco descrito ni el gris arriba indicado.	
16	645 de fecha 09- 09-2025. Resolució n Nº 510 de fecha 04-09- 2025 Tomo VIII, p. 95	20 24 - 00 05 43	BEAU TE PRES TIGE INTER NATIO NAL	3	Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; perfumes; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir y raspar.	Conc edida			Perfumes; agua de tocador; agua perfumada; desodorantes personales; aceites perfumados; aceites esenciales para uso personal; aceites para uso cosmético; jabones en forma líquida; leches limpiadoras para el tocador; cremas para uso cosmético; lociones desmaquillantes; lociones para uso cosmético; cosméticos para uso personal; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones cosméticas para adelgazar; preparaciones bloqueadores solares [cosméticos]; máscaras de belleza; gel de ducha y baño; espuma de baño; lociones para el cabello; preparaciones y tratamientos para el cabello; champús para el cabello no medicinales; lociones para después del afeitado; bálsamos para después del afeitado.	Consiste en una etiqueta cuadrada de fondo blanco, en la que se observa un cilindro color crema, que se asemeja a un frasco de vidrio, que tiene una forma cóncava en la parte inferior de color gris y en la parte superior es de color plateado conformando la tapa del frasco. Se reivindica el conjunto descrito.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
17	645 de fecha 09- 09-2025. Resolució n Nº 510 de fecha 04-09- 2025 Tomo IX, p. 5	20 25 - 00 03 19	ABSO LUT VODK A	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	Conc edida			Bebidas alcohólicas (excepto cervezas), tales como, vodka y bebidas a base de vodka.	Consiste en un diseño tridimensional de una botella, en el cual se lee "ABSOLUT VODKA" (Vodka Absolut) en letras mayúsculas, de color azul y trazo grueso; con la particularidad de que cada palabra está colocada en un nivel diferente. En la figura se observan 8 vistas de la botella desde diferentes ángulos; estas vistas se presentan distribuidas en tres niveles: en la parte superior la botella vista desde arriba, en la parte media 6 vistas de la botella de frente (en cada vista se gira la botella más hacia la derecha), y en la parte inferior la botella vista desde abajo. La botella es color gris perla, con detalles en diferentes tonalidades que van desde el blanco hasta el negro, pasando por gris aluminio, gris acero, gris cemento, gris plomo y gris antracita; con la particularidad de que sobre la palabra "ABSOLUT VODKA" hay una figura circular de color blanco y detalles en color negro; además en el cuerpo de la botella se observan trazos irregulares de color gris acero y blanco, que semejan texto manuscrito. Se reivindica el conjunto anteriormente descrito y los colores antes mencionados. No se reivindica por separado el término "VODKA", pero sí en su conjunto y según lo dispuesto en la imagen.	
18	649 de fecha 30- 12-2025. Resolució n Nº 802 de fecha 29-12- 2025 Tomo I, p. 13	20 14 - 01 92 40	CHAM PAGN E PERRI ER- JOUET	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	Orde n de publi cació n en prens a	76		Bebidas alcohólicas (excepto cerveza).	Consiste en la imagen de una botella en dos dimensiones, en color gris plomo y detalles en color negro, gris acero y grafito, para dar la sensación de tercera dimensión. El cuello y la boca de la botella son de color plateado, con detalles en color gris acero y grafito, para dar textura y asemejar la envoltura o precinto de seguridad de la botella; con la particularidad de que en el centro de la parte baja del cuello se observa una figura ovalada que semeja un sello (en colores plateado, gris acero y grafito). En el cuerpo de la botella se observan unas figuras irregulares que semejan unas ramas con hojas y flores, las cuales cubren sobre todo el lado izquierdo del cuerpo de la botella; los colores para dar forma a los elementos citados son: gris, plateado, gris acero, blanco y gris grafito. Por debajo de la base de la botella se observa una sombra color gris ceniza, para robustecer la sensación de tercera dimensión de la botella. Se reivindica el conjunto anteriormente descrito y los colores antes mencionados.	
19	651 de fecha 10- 03-2026. Resolució n Nº 47 de fecha 24-02- 2026 Tomo I, p. 8	20 15 - 01 59 76	CROC S, INC	25	Prendas de vestir, calzado, artículos de somertería.	Orde n de publi cació n en prens a	76		Prendas de vestir para adolescentes y niños; específicamente ropa infantil, ropa para niños pequeños, ropa para escuela primaria, ropa de dormir para niños, traje de baños para niños.	La marca consiste en la forma de una pieza de calzado, específicamente una sandalia tipo zueco. El diseño presenta una puntera cerrada y redondeada con varios orificios circulares, una suela gruesa y una correa para el talón que se extiende desde el cuerpo del zapato. La marca se presenta como un dibujo en color negro. Se reivindica el signo en su conjunto composición, elementos figurativos, distribución, efectos de sombreado y colores con independencia del tamaño o proporciones, manteniéndose la disposición y particularidades indicadas.	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solici ta nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
20	651 de fecha 10- 03-2026. Resolució n Nº 47 de fecha 24-02- 2026 Tomo I, p. 20	20 16 - 01 86 87	The Coca- Cola Compa ny	32	Aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas. Bebidas no alcohólicas, llamadas, bebidas ligeras; siropes y concentrados para la elaboración de bebidas.	Orde n de publi cació n en prens a	76		Aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas. Bebidas no alcohólicas, llamadas, bebidas ligeras; siropes y concentrados para la elaboración de bebidas.	Se describe una figura tridimensional en forma de una botella, la cual se puede ver en varios ángulos, dividida en dos partes: la superior se aprecia con un diseño de líneas horizontales; la parte inferior se aprecia con diversas líneas curvas, largas y cortas en diferentes posiciones. En la parte inferior se observan dos figuras circulares; la figura izquierda se observa con dos círculos, uno dentro del otro, que representa la tapa de la figura de la botella, y la figura derecha se aprecia por una figura circular interrumpida por cinco pequeñas figuras abstractas dentro de ella; esta representa la parte inferior de la botella. Se reivindica el conjunto descrito con independencia del tamaño, todo de acuerdo a los facsímiles que se acompañan. No se reivindican los colores descritos.	
21	651 de fecha 10- 03-2026. Resolució n Nº 60 de fecha 05-03- 2026 Tomo XI, p. 32	20 25 - 00 82 04	CERE SCOS S.A.S.	3	Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; perfumes; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir y raspar.	Conc edida	27		Aceite para uñas, aceite regenerador para cutícula, adhesivos para fijar uña, bases para uñas, brillo para uñas, cola para fortalecer las uñas, cremas para las uñas, dilusor de esmalte, removedor de cutícula, disolvente para quitar esmalte, endurecedor de uñas, esmalte de uñas, lacas para las uñas, pegamento para las uñas, quitaesmalte, uñas artificiales para uso cosmético, base de maquillaje, polvo compacto, rubor, iluminador, sombras para ojos, delineador de ojos, máscara de pestañas, lápiz para cejas, gel para cejas, lápiz labial, brillo labial, bálsamo labial y delineador de labios.	<p>La marca mixta tridimensional cuyo registro se solicita está representada en una etiqueta de fondo color blanco, en la cual se aprecian tres (3) figuras verticales en tres diferentes vistas.</p> <p>La primera vista corresponde a la frontal o anverso, la cual tiene plasmada en la parte inferior la letra M en mayúscula y con doble trazo; asimismo, se observan dos líneas ovaladas que salen desde el centro de la letra M (pero no directamente de ella) y que terminan en la parte superior de manera recta y no ovalada, al tiempo que se observa una línea a cada lado internamente, las cuales no llegan hasta el borde de la figura, sino que alcanzan un poco más de la mitad de esta.</p> <p>La segunda vista, posterior o reverso, está diseñada con cinco (5) líneas verticales, siendo la central la de mayor tamaño sin llegar al borde de la figura; a sus lados se aprecian dos líneas más pequeñas y, al lado de estas, dos líneas aún más pequeñas, para un total de cinco líneas.</p> <p>La tercera vista, lateral o de perfil, permite apreciar el detalle del borde inferior curvo, observándose también la letra M en mayúscula con doble trazo, así como las dos líneas ovaladas que salen del centro de la letra M sin tocarla. Además, se observan las cinco líneas que diseñan la silueta, las cuales van de menor a mayor sin rozar el borde superior; la primera es de menor tamaño que la segunda, y la segunda es menor que la tercera (que es la línea del centro y la de mayor tamaño), todas sin tocar el borde superior. En la parte superior de esta vista lateral o de perfil se observa lo que sería una suerte de cuadrado con un lado ovalado y un doble borde con un círculo pequeño en su centro. Tanto las líneas como la letra M se presentan en color negro.</p> <p>Se reivindica el conjunto descrito y los colores señalados de acuerdo al facsímil que se acompaña.</p>	

Revisión Boletines de la Propiedad Industrial											
Nº	BPI Nº	So lici tu d Nº	Solicita nte	Clase	Productos clase	Decis ión	Base Legal LPI	Comentarios	Distingue	Descripción de la Etiqueta	Imagen Referencial
22	651 de fecha 10- 03-2026. Resolució n Nº 60 de fecha 05-03- 2026 Tomo XII, p. 80	20 25 - 01 13 71	BEAU TE PRES TIGE INTER NATIO NAL	3	Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; perfumes; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir y raspar.	Conc edida	27		Perfumes; agua de tocador; agua de colonia; desodorantes personales; aceites perfumados; aceites esenciales para uso personal; aceites para uso cosmético; jabones líquidos; leches limpiadoras para uso higiénico; cremas cosméticas; lociones desmaquillantes; lociones para uso cosmético; cosméticos para uso personal; preparados cosméticos para el baño; preparados cosméticos para adelgazar; preparados para bronceado [cosméticos]; mascarillas de belleza; gel de ducha y baño; espuma de baño; lociones capilares; preparados y tratamientos capilares; champús capilares no medicinales; lociones para después del afeitado; bálsamos para	Consiste en una etiqueta cuadrada con fondo blanco. En el centro de esta se observa una figura que asemeja ser un frasco de vidrio. La figura presenta una estructura irregular y asimétrica, compuesta por múltiples superficies poligonales planas (triángulos y cuadriláteros) que son lisas, brillantes y de un color gris claro uniforme. Los bordes entre las superficies son marcados y rectos, creando una textura facetada. El objeto está inclinado, con su lado izquierdo apareciendo ligeramente más curvo hacia afuera, mientras que el lado derecho es más recto y vertical. En la parte superior central del objeto se aprecia un elemento tubular vertical, de color gris oscuro, que parece ser la tapa del frasco. Se reivindica el conjunto descrito con sus colores.	
23	653 de fecha 19- 05-2026. Resolució n Nº 285 de fecha 05-05- 2026 Tomo XIX p. 18	20 14 - 01 92 40	CHAM PAGN E PERRI ER- JOUÉ T	33	Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; preparaciones alcohólicas para elaborar bebidas.	Conc edida	27		Bebidas alcohólicas (excepto cerveza).	Consiste en la imagen de una botella en dos dimensiones, en color gris plomo y detalles en color negro, gris acero y grafito, para dar la sensación de tercera dimensión. El cuello y la boca de la botella son de color plateado, con detalles en color gris acero y grafito, para dar textura y asemejar la envoltura o precinto de seguridad de la botella; con la particularidad de que en el centro de la parte baja del cuello se observa una figura ovalada que semeja un sello (en colores plateado, gris acero y grafito). En el cuerpo de la botella se observan unas figuras irregulares que semejan unas ramas con hojas y flores, las cuales cubren sobre todo el lado izquierdo del cuerpo de la botella; los colores para dar forma a los elementos citados son: gris, plateado, gris acero, blanco y gris grafito. Por debajo de la base de la botella se observa una sombra color gris ceniza, para robustecer la sensación de tercera dimensión de la botella. Se reivindica el conjunto anteriormente descrito y los colores antes mencionados.	