



Asociación  
Colombiana  
de la  
Propiedad  
Intelectual

# BOLETÍN INFORMATIVO NOVIEMBRE 2018

---

## Contenido

FENTY ACUSA A LA FAMOSA CANTANTE RIHANNA Y A LA RECONOCIDA MARCA PUMA.

COLOR PURPURA PARA PRINCE.

LA FAMOSA BEYONCÉ ACUERDA CON FEYONCÉ.

CHILE ESTA INNOVANDO A TRAVES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

SUPERINTENDENCIA OBLIGA A CLARO UNA DE LAS MÁS GRANDES COMPAÑÍAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES.

EL MARAVILLOSO CA CA O COLOMBIANO INCURSIONA EN JAPÓN.

## FENTY ACUSA A LA FAMOSA CANTANTE RIHANNA Y A LA RECONOCIDA MARCA PUMA.

La reconocida casa de moda Fenty (Freedom United) demandó a la famosa cantante Rihanna y a la exitosa marca Puma por competencia desleal e infracción de marca registrada.

Todo comenzó en diciembre del 2014, cuando Rihanna y Puma anunciaron su asociación para temas de moda, de esta asociación nacieron varias creaciones de accesorios, ropa y calzado.

Una de las últimas colecciones derivadas de esta Asociación, debutó en septiembre de 2017 en uno de los eventos más importantes de la moda, siendo este la semana de la moda en Nueva York.

Fenty sostiene que esta última colección realizada entre la cantante Rihanna y la marca alemana Puma, infringe su marca registrada que es FU, ya que Puma utilizó el

acrónimo F.U en varios de sus productos y por este motivo, Fenty presentó demanda en octubre de 2018 ante un Tribunal Federal de Nueva York.

Fenty conoció a través de esta última colección que Rihanna y Puma (demandados), estaban usando la marca F.U para productos de ropa que compiten directamente con los productos de Fenty.

Además de esto, Fenty asegura que los productos que comercializa Puma bajo la marca F.U, son similares en apariencia a los productos de su marca.

Es importante mencionar que el año pasado, la reconocida marca Puma demandó a Forever 21 por supuesta copia en tres de los más reconocidos productos de Fenty.

Fuente: MARCASUR <http://www.marcasur.com/noticia.php?NoNold=4784>

## COLOR PURPURA PARA PRINCE.

El mítico cantante Prince se apodero del color púrpura, más que un color, se volvió su marca personal y todo esto gracias a su famosa canción 'Purple Rain'.

Debido a esto, Pantone creo el " Love Symbol #2", que es un tono púrpura que se encuentra personalizado y estandarizado para representar al famoso cantante.

Por este motivo, los herederos del cantante Prince, quien falleció en el año 2016, realizaron una solicitud ante la oficina de

Patentes y Marcas de Estados Unidos (USPTO), el registro como marca de la tonalidad púrpura denominada "Love Symbol #2".

En el 2017, en un homenaje al cantante, sus herederos y la empresa Pantone presentaron este tono de púrpura haciendo eco en el disco del cantante y en su piano personalizado de este color, que el cantante utilizó durante su última gira antes de morir.

Fuente: ELPERIÓDICO <https://www.elperiodico.com/es/gente/20170817/prince-tiene-su-propio-tono-purpura-6228756>

## LA FAMOSA BEYONCÉ ACUERDA CON FEYONCÉ.

En el año 2016, la famosa cantante Beyoncé denunció al portal Web denominado Feyoncé que vende productos destinados a prometidos, por eso su nombre.

El portal Web, no solo hizo uso del nombre de la interprete, además, utilizaba muchas de las frases de sus canciones para ponerlas en sus productos.

Por este motivo, Beyoncé decidió demandar a Feyoncé, ya que el portal Web no tiene nada que ver con ella, y no iba a permitir que se lucran con su nombre.

En 2016, Beyoncé acudió a una Corte Federal en Nueva York para solicitar la cancelación de la marca Feyoncé por utilizar su nombre y por parafrasear letras de sus canciones en sus

productos como tasas, camisetas y otros accesorios.

En octubre de 2018, la Corte de Nueva York negó la petición de Beyoncé. El fallo señala que “no hay dudas” de que los demandados eligieron el nombre Beyoncé para “capitalizar en la notoria fama de la marca Beyoncé”, pero “eso solamente no establece el riesgo de confusión” entre los consumidores. “Los consumidores que busquen productos de Beyoncé difícilmente no seleccionen productos de Feyoncé sin darse cuenta”, sostiene el argumento.

Por ende, tras este fallo, ambas partes se encuentran en conversaciones para alcanzar un acuerdo que ponga fin a toda la disputa.

Fuente: MARCASUR <http://www.marcasur.com/noticia.php?NoNold=4779>

## CHILE ESTA INNOVANDO A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

El Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de Chile (INAPI) junto con la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile (FCFM) desarrollaron un motor eléctrico que identifica de forma certera y rápida si una marca solicitada está infringiendo los derechos de Propiedad Intelectual o no.

Esta herramienta funciona a través de la comparación de imágenes por medio de la inteligencia artificial, realizando un reconocimiento de gráficos, alimentando de este modo la base de datos de manera constante.

Carolina Belmar, quien es la subdirectora del INAPI, indicó que la implementación de esta tecnología, que empezó a operar

desde octubre de 2018, representa un avance de alto impacto en materia de tramitación de marcas, ya que le permitirá a la autoridad objetar solicitudes que son idénticas o similares de manera automática.

Todo el proceso es muy sencillo, cuando se carga la imagen al sistema para solicitar la marca, este entrega una lista de resultados en formato de ranking; donde las marcas idénticas o similares encabezan el listado y las demás aparecen de últimas, dependiendo del grado de similitud.

*Fuente:* SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO <http://www.sic.gov.co/ruta-pi/noviembre14/decisiones>

## SUPERINTENDENCIA OBLIGA A CLARO UNA DE LAS MÁS GRANDES COMPAÑÍAS DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES.

Todo comenzó el 16 de mayo de 2017, cuando la Superindustria de Industria y Comercio sancionó a COMCEL S.A. (CLARO) con una multa superior a los \$ 10 MIL millones de pesos por ofrecer el uso gratuito de la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp, cuando en realidad no era totalmente gratuita, pues ciertas funcionalidades propias de la aplicación (como las llamadas de voz o compartir la ubicación, entre otras) generaban descuentos de las recargas efectuadas por los usuarios en modalidad prepago.

La Superintendencia de Industria y Comercio ordenó a COMUNICACIÓN CELULAR S.A COMCEL S.A (CLARO) entregar 200 MB a cada usuario por la oferta denominada “WhatsApp gratis”.

La SIC determino que la campaña publicitaria mencionada anteriormente y que rezaba:

ahora por tus recargas te regalamos Facebook, Twitter y chat de WhatsApp. Vulnero los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones por no haber informado las condiciones y restricciones de esta promoción.

Por este motivo, la SIC determino que era relevante ordenar a CLARO compensar a 1.325.822 usuarios beneficiarios con 200 MB de navegación a cada uno, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la comunicación de la resolución, para ser provisionados durante los siguientes treinta (30) días calendario.

Los 200 MB deberán estar vigentes por un mes desde la activación del aprovisionamiento y, deberá permitirse a los usuarios que hagan uso de los datos de navegación de manera inmediata, de forma tal que se consuman antes del plan o recarga.

*Fuente:* SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO <http://www.sic.gov.co/superindustria-ordena-a-claro-entregar-200mb-a-usuarios-por-publicidad-enganosa-con-oferta-whatsapp-gratis>

## EL MARAVILLOSO CA CA O COLOMBIANO INCURSIONA EN JAPÓN.

La agencia pública de Colombia ProColombia y la compañía japonesa Journey anunciaron un acuerdo, donde los chocolates colombianos serán comercializados en Japón.

Los chocolates CA CA O llevarán la marca País Colombia y será vendida en las tiendas de Journey de todo Japón incluida la ubicada en la estación de ferrocarril de Shinjuku, Tokio, una de las más grandes del mundo.

Es importante recalcar que entre enero y agosto del año 2018, las exportaciones derivadas del cacao Colombiano a Japón alcanzaron un valor cercano a los USD 700

mil, lo que se considera un aumento del 18,5 % con relación al año anterior.

El gerente de la marca país Colombia el Dr. José Pablo Arango afirmó lo siguiente: “Este es un paso muy importante en la internacionalización de la Marca País Colombia, que demuestra cada vez más el interés que generan en el mundo Colombia y sus productos. Es muy satisfactorio que un mercado tan sofisticado como el japonés esté apreciando cada vez más la calidad de los productos colombianos y en especial su cacao”.

Fuente: MARCASUR <http://www.marcasur.com/noticia.php?NoNold=4785>





Asociación  
Colombiana  
de la  
Propiedad  
Intelectual

Calle 72 No. 10-07 Oficina 603  
2113097 Ext. 120  
[admin@acpi.org.co](mailto:admin@acpi.org.co)

---