

CONCEPTO 17064 DE 2023

<Fuente: Archivo interno entidad emisora>

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA

PARA: Elvia Zoraida Martín Mora, Subdirectora Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información

ASUNTO: Concepto uso de marca SENA en productos técnico pedagógicos

Mediante correo electrónico del 8 de marzo de 2023, el Grupo de Conceptos y Producción Normativa recibió su consulta en torno al uso de la marca/logo del SENA en un material de apoyo audiovisual presentado por instructores del Centro dentro del proceso de evaluación de la producción técnico pedagógica.

Su consulta se concreta en estos términos: “(...) atentamente le solicito su colaboración en la emisión de un concepto jurídico sobre el producto técnico pedagógico que presentaron mis instructores (...). Lo anterior teniendo en cuenta que tienen suspendida la valoración del producto para su puntaje SSEMI, esperando este concepto donde se especifique los productos que entregan son de apoyo a la formación y no afectan la imagen del SENA.”

Su consulta se complementa con un documento adjunto y la cadena de mensajes electrónicos sobre el tema, en los que se describe el producto técnico pedagógico: “Generación de cápsulas de video (...) que utilicen la casuística como material de apoyo audiovisual, para la contextualización de aprendices de los programas de mercadeo, frente a casos empresariales de éxito y de fracaso; se trata de un paquete de 10 video cápsulas en animación 2D en las que se presentan 10 casos de estrategias empresariales en temas de mercadeo y publicidad, de 10 compañías, unidades de negocio o sectores productivos, que buscan servir como materiales de apoyo audiovisual, que entreguen a modo de casos de estudio, información para los aprendices e instructores de los programas de nivel tecnólogo en mercadeo y publicidad del SENA, con la posibilidad de ser utilizados en otros programas de la institución.” Adicionalmente, se informa en ellos que: “Al cierre de la sesión de evaluación del producto técnico pedagógico, se les indicó entre otras cosas a los instructores que (...) se debía elevar una consulta al área encargada del SENA para identificar si existe algún tipo de problemática en el sentido de que aparezca la marca (logo) del SENA en las video cápsulas (...)”, lo que ocurre “al inicio en su intro y al final en el cierre”.

A partir de esta descripción general se dará respuesta, considerando además que el contexto en el que se presenta la consulta es el de la evaluación de la producción técnico pedagógica para efectos del SSEMI (Sistema Salarial de Evaluación por Méritos para los Instructores del SENA).

ALCANCE DE LOS CONCEPTOS JURÍDICOS

Los conceptos emitidos por la Dirección Jurídica del SENA son orientaciones de carácter general que no comprenden la solución directa de problemas específicos ni el análisis de actuaciones particulares. En cuanto a su alcance, no son de obligatorio cumplimiento o ejecución, ni tienen el carácter de fuente normativa y sólo pueden ser utilizados para facilitar la interpretación y aplicación de las normas jurídicas vigentes.

PRECEDENTES NORMATIVOS

La Constitución Política de Colombia dispone en el artículo [61](#) que “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y las formalidades que establezca la Ley”.

La Decisión 486 de 2000 (Régimen Común sobre Propiedad Industrial) de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), establece en el artículo 134 que: “A efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. (...) La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro. // Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos: (...) b. las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos (...).”

El artículo 154 de la Decisión 486 de 2000 establece que “el derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.”

Por otra parte, en el artículo 155 establece en relación con los derechos y limitaciones conferidos por la marca, que: “El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos: a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envoltura, embalajes o acondicionamientos de tales productos; (...) d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión; (...).”

En el punto de las limitaciones, el artículo 157 de la Decisión 486 de 2000 dispone: “Los terceros podrán, sin consentimiento del titular de la marca registrada, utilizar en el mercado su propio nombre, domicilio o seudónimo, un nombre geográfico o cualquier otra indicación cierta relativa a la especie, calidad, cantidad, destino, valor, lugar de origen o época de producción de sus productos o de la prestación de sus servicios u otras características de estos; siempre que ello se haga de buena fe, no constituya uso a título de marca, y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios. El registro de la marca no confiere a su titular, el derecho de prohibir a un tercero usar la marca para anunciar, inclusive en publicidad comparativa, ofrecer en venta o indicar la existencia o disponibilidad de productos o servicios legítimamente marcados; o para indicar la compatibilidad o adecuación de piezas de recambio o de accesorios utilizables con los productos de la marca registrada, siempre que tal uso sea de buena fe, se limite al propósito de información al público y no sea susceptible de inducirlo a confusión sobre el origen empresarial de los productos o servicios respectivos.”

En Concepto del SENA [75520](#) de 2018, con el asunto “Uso logo/marca mixta del SENA por un tercero”, se consideraron distintos aspectos relacionados con el tema, entre lo cual se mencionó: “En cuanto al tema objeto de análisis, es preciso indicar que los signos distintivos son aquellos que tienen la capacidad de identificar servicios y productos en el mercado de los demás de su misma especie. Para su titular son el medio para acercarse a los consumidores, valorizar su empresa o institución y evitar la confusión en el mercado con respecto a sus contenidos. (...) En

este orden de ideas, una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada. Actualmente se ha configurado el actual sistema de registro y protección de marcas, que ayuda a los consumidores a identificar y comprar un producto o servicio que, por su carácter y calidad, indicados por su marca única, se adecúa a sus necesidades. (...) De conformidad con lo anterior, la identificación institucional, es decir, el signo adoptado por la entidad, determina la identidad corporativa de la misma, pues a través de nuestros signos y símbolos institucionales se resume la filosofía, los principios, objetivos y la visión empresarial y social del SENA. Así pues, el logotipo o emblema de la entidad (marca mixta) goza de protección legal relativa a la propiedad industrial, toda vez que se refiere a la individualización de un producto, por lo cual el uso de cualquier persona natural o jurídica diferente a su titular, deberá contar con la autorización expresa de este último en cada caso en particular e individualizado.”

El Decreto 1424 de 1998 establece el Sistema Salarial de Evaluación por Méritos para Instructores del SENA – SSEMI, en cuyo artículo [5](#) dispone que “se basa en un ordenamiento por grados de remuneración atendiendo los méritos alcanzados en los factores previstos en el artículo [6](#) del presente Decreto, el cual es incompatible con la prima técnica”.

El artículo [6](#) de ese Decreto dispone que “la evaluación por méritos se hará sobre los siguientes factores: - Experiencia – Evaluación del desempeño – Producción técnico pedagógica – Educación.”

El artículo [14](#) del Decreto 1424 de 1998 define el factor de producción técnico pedagógica, indicando lo siguiente: “La producción técnico pedagógica comprende el aporte creativo e innovador del instructor que por su calidad, aplicabilidad, complejidad y costo beneficio contribuye al fortalecimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje en la formación profesional integral, en el marco de la misión institucional.” Es importante señalar que para la aplicación de los criterios de calidad, aplicabilidad, complejidad y costo beneficio de los productos técnico pedagógicos considerados en el SSEMI, el SENA expidió la Resolución [827](#) de 1999 donde reglamenta lo pertinente.

A su vez, el artículo [16](#) del citado Decreto enuncia las clases de productos técnico-pedagógicos. Al respecto, dicta que “los productos técnico-pedagógicos podrán ser de las siguientes clases: // (...) // b) Materiales textuales. Tales como: series completas de unidades o cartillas, libros o manuales técnicos de formación profesional, series completas de guías de aprendizaje, series completas de plegables técnicos, bancos de pruebas teóricas-prácticas; (...) d) Materiales audiovisuales, tales como: - Programas para radio, sonovisos, películas y dramatizados, que incluyan libreto, guión y guía de utilización. – Series completas de materiales visuales como gráficos, diagramas, mapas, planos, carteles, laminas, transparencias y diapositivas con su respectiva guía de utilización; (...). Parágrafo. Se pueden presentar productos finales de todo el proceso de diseño y los productos intermedios, de manera que sean aprovechados como insumo de otros o directamente para el desarrollo de la formación profesional.”

Por otra parte, el artículo [21](#) del Decreto 1424 de 1998 dispone: “Propiedad de productos técnicos pedagógicos. La propiedad de los productos técnico pedagógicos objeto de este Decreto, será del SENA; por lo tanto, podrán ser utilizados en labores del SENA a nivel nacional o regional, en las acciones de formación profesional de la entidad, con el debido reconocimiento o crédito de los autores.”

ANÁLISIS JURÍDICO

El contexto normativo expone que la marca es “cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado”, es decir, un “signo distintivo”, y que su función consiste principalmente en permitir la identificación, valoración y diferenciación de un determinado producto, bien o servicio, a través de la configuración de palabras, imágenes, colores y demás elementos que esta puede integrar para indicar su origen empresarial, es decir, quién lo ofrece, a la vez que se torna en un referente de atributos del bien o servicio, como su calidad.

Para una determinada persona natural o jurídica titular de una marca, es importante asegurar que esta sea utilizada exclusivamente en los bienes o servicios que efectivamente preste o produce y no sobre aquellos que elaboran y ofrecen terceros, para distinguirlos de otros semejantes y prevenir el uso en el mercado de marcas idénticas que puedan eventualmente confundirse con la suya, cuando dicho uso conlleve el riesgo de que por confusión o asociación se afecte la percepción de las condiciones de calidad sobre sus bienes o servicios.

En lo concerniente al SENA, el uso de su marca supone identificar bienes o servicios que produce o presta la Entidad para el cumplimiento de su misión y funciones relacionadas con la formación profesional, otorgando una garantía respecto de su origen, calidad y demás atributos asociados a su reputación institucional, sin perjuicio de considerar otros valores que puedan darse a la marca en el ámbito educativo público en el cumplimiento de su objetivo legal.

Para esos fines, el SENA registró su marca mixta en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza ante la Superintendencia de Industria y Comercio, que comprende actividades relativas a “educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales”. Por efecto de este registro, la Entidad cuenta con las facultades y prerrogativas que el ordenamiento otorga al titular de cualquier marca a manera de derechos exclusivos que incluyen la posibilidad de impedir que sea utilizada sin su consentimiento sobre bienes o servicios prestados o producidos por terceros, y oponerse al registro de marcas idénticas que puedan confundirse o asociarse con la suya, como se desprende del artículo 155 de la Decisión 486 de 2000.

Ahora bien, aunque el mismo ordenamiento prevé unas limitaciones o excepciones a esas facultades exclusivas, debe mencionarse que su interpretación debe ser restrictiva en el sentido de que debe aplicarse a los supuestos precisamente previstos por la normativa y no pueden extenderse a situaciones que no se adapten a los términos en que estén redactadas. Sobre este punto, el artículo 157 de la Decisión 486 de 2000 establece los casos en los que, sin el consentimiento del titular de una marca, los terceros podrán utilizar en el mercado ciertos elementos respecto de sus bienes y servicios, bajo la condición de que “no constituya uso a título de marca y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios.”

Como previamente lo ha considerado el SENA en sus conceptos, dentro de la normativa de la marca como signo distintivo e indicador de que ciertos bienes o servicios han sido producidos u ofrecidos por la Entidad, el registro de la marca materializa la intención de establecer una relación de identidad corporativa con tales bienes y servicios, considerando que los signos y símbolos institucionales se asocian con los valores, principios, objetivos y la visión empresarial y social del SENA. Por razones tanto jurídicas como prácticas, la protección legal del logotipo o

emblema institucional a título de marca garantiza la propiedad industrial y la facultad para limitar el uso por parte de cualquier persona natural o jurídica diferente a ella, obligándola a contar con su autorización expresa.

Según los preceptos normativos, es posible considerar que el registro marcario a favor del SENA le otorga la facultad exclusiva de explotarla en la producción y prestación de bienes y servicios en el ámbito de la formación profesional integral, e impedir que terceros la utilicen en productos de cualquier índole, sin su debida autorización, lo que en principio se extiende a la posibilidad de que los instructores la utilicen en los productos técnico pedagógicos, como es el caso de las piezas audiovisuales presentadas por los instructores en las que precisamente el logotipo del SENA se inserta a título de marca.

Sin embargo, para el análisis es determinante lo dispuesto en el artículo [21](#) del Decreto 1424 de 1998, según el cual la propiedad de los productos técnicos pedagógicos será del SENA, pudiendo ser utilizados en sus labores a nivel nacional o regional en sus acciones de formación profesional, pues su finalidad es contribuir “al fortalecimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje en la formación profesional integral, en el marco de la misión institucional”, como lo precisa el artículo [14](#) de ese mismo Decreto. Además, es pertinente mencionar que esa condición de bienes propios coincide con la de estar relacionados con la actividad del SENA para la cual obtuvo el registro marcario, y que para la atribución de su propiedad por lo dispuesto en el artículo citado los productos son aprobados y evaluados conforme a criterios de calidad, aplicabilidad, complejidad y costo beneficio.

En resumen, aunque en principio los instructores no pueden utilizar la marca registrada por el SENA sin autorización, para el caso de la producción técnico pedagógica que supera la evaluación conforme al Decreto [1424](#) de 1998 para los efectos del SSEMI, se puede considerar que el uso de la marca SENA estaría permitido, no a título de excepción frente a la exclusividad institucional para su uso y disposición, sino porque dicho uso correspondería al ejercicio de esas facultades de titular marcario, por la condición de que esos productos adquieren el carácter de propiedad de la Entidad. Además, es posible afirmar que en este caso es la Entidad la que utiliza su marca sobre sus bienes.

CONCLUSIONES

Dentro del objeto y alcance de este documento, que no es resolver una situación jurídica particular sino ofrecer lineamientos generales para la interpretación y solución de lo consultado, se responde que, en nuestro criterio, en los productos técnico pedagógicos que se evalúan y aprueban en el marco del Sistema Salarial de Evaluación por Méritos para Instructores – SSEMI regulado por el Decreto [1424](#) de 1998, el SENA puede utilizar la marca registrada por ella misma para la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, en ejercicio de sus derechos, prerrogativas y facultades como titular del registro marcario, por cuanto tales productos técnico pedagógicos son de su propiedad conforme a lo dispuesto por el artículo [21](#) del citado Decreto.

Este concepto se emite en los términos del artículo [28](#) de la Ley 1755 de 2015.

Cordialmente,

MARTHA BIBIANA LOZANO MEDINA

Coordinadora Grupo de Conceptos y Producción Normativa
Dirección Jurídica



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma del Sena

ISSN Pendiente

Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)

