



MOOT COURT LATINOAMERICANO SOBRE DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL - 2026 (Sexta edición)

Aclaraciones del Caso y del Reglamento

1. CONSIDERANDO:

- 1.1. Que el artículo 18 del Reglamento establece que los equipos podrán presentar dudas o consultas sobre el caso a los Organizadores que «...sean pertinentes y relevantes al Moot Court Latinoamericano y al caso» y que «[l]os Organizadores se reservan el derecho de decidir qué preguntas serán respondidas, sobre la base de su pertinencia y relevancia»;
- 1.2. Que, de acuerdo con el cronograma, el plazo para remitir consultas terminó el 19 de junio de 2026 y que corresponde publicar las aclaraciones pertinentes de acuerdo con el artículo 5 del Reglamento;
- 1.3. Que, tras la evaluación de cada consulta presentada por los equipos participantes, los Organizadores han escogido aquellas que son pertinentes y/o relevantes para su respuesta, agrupando las relativas a temas similares a fin de facilitar el proceso de contestación y eliminando aquellas que pretenden obtener información sobre la resolución de la controversia, hechos ya detallados en el caso y/o la existencia de normativa aplicable (lo cual es deber de los equipos analizar en sus escritos para ser evaluados sus conocimientos);
- 1.4. Que el artículo 16 del Reglamento establece que los equipos deben utilizar, en sus estrategias de litigio, los hechos del caso y las aclaraciones del mismo;
- 1.5. Que el artículo 5 del Reglamento establece que es responsabilidad de los equipos revisar las publicaciones que se efectúen en la página web del Moot Court Latinoamericano de Derecho de la Propiedad Intelectual, así como lo publicado en las redes sociales de los Organizadores.

2. ABSOLUCIÓN DE CONSULTAS SOBRE EL REGLAMENTO:

- 2.1. **¿Las respuestas a las consultas del caso tendrán carácter vinculante y formarán parte integral del caso de estudio?**

Respuesta: Sí, según el artículo 16 del Reglamento del Moot Court, las aclaraciones efectuadas por los Organizadores deben ser consideradas como parte integral del caso.

2.2. **¿Cómo deben efectuarse las citas en los escritos de demanda y contestación?**

Respuesta: Según el artículo 24 del Reglamento, las referencias deben presentarse en formato APA séptima (7.ª) edición y las citas deben efectuarse en el texto de los escritos de demanda y contestación. Según el artículo 28 del Reglamento, en caso de que se cite doctrina y jurisprudencia, la referencia debe remitir a una fuente de acceso libre y gratuito.

2.3. **¿Se puede acumular en el mismo escrito pretensiones de distinta naturaleza, tales como infracción marcaria, competencia desleal, derecho de autor, medidas cautelares, etc.?**

Respuesta: Sí, la acumulación de pretensiones obedecerá a la estrategia interna de cada equipo. Se debe considerar que, según el artículo 17 del Reglamento del Moot Court, el desarrollo del concurso debe centrarse en aspectos sustanciales de propiedad intelectual.

2.4. **¿Es posible desarrollar o inferir elementos probatorios adicionales a partir de los hechos planteados en el caso?**

Respuesta: Sí, es posible inferir elementos probatorios adicionales a partir de los hechos del caso. Ahora bien, ese material probatorio debe ser verosímil o relevante de acuerdo a los hechos del caso concreto, o ser probado desde un punto de vista científico o técnico.

2.5. **¿El límite de páginas de un escrito contempla las copias de la jurisprudencia o interpretaciones prejudiciales adjuntadas? ¿Pueden incluirse estas referencias mediante hipervínculos verificables?**

Respuesta: El límite máximo de páginas del escrito debe ser de treinta (30) páginas, excluyendo portada, índice, referencias y anexos; ahora bien, el límite máximo del documento es de cincuenta (50) páginas, lo que incluye anexos.

Se recomienda a los equipos citar las referencias doctrinarias, siguiendo los criterios de los artículos 24 y 28 del Reglamento del concurso, a la luz de lo establecido en la pregunta 2.2. de este documento de aclaraciones.

2.6. **¿Los anexos pueden consistir en documentos ficticios elaborados por los participantes (por ejemplo, informes periciales o certificados de registro), siempre que no incorporen hechos distintos de los contenidos en el caso y sus aclaraciones? ¿Se pueden incorporar pericias o auditorías simuladas para cuantificar el daño?**

Respuesta: Sí, la elaboración de los anexos debe responder a la estrategia de cada equipo; sin embargo, estos deben ser verosímiles. En su desempeño a lo largo del concurso, los equipos deben recordar que el Moot Court versa sobre aspectos sustanciales del derecho de propiedad intelectual.

- 2.7. **En caso de que un equipo haya sido admitido sin orientador registrado al momento de la inscripción, ¿puede solicitar la incorporación posterior de uno o dos orientadores durante el desarrollo de la competencia? De ser afirmativa la respuesta, ¿cuál sería el procedimiento, plazo y documentación requerida para dicha incorporación?**

Respuesta: Sí, es posible, puesto que el espíritu del Reglamento permite modificaciones en los orientadores. Para hacerlo, se debe remitir un correo a la dirección electrónica de la convocatoria, indicando el número de equipo, el nombre del orientador y la calidad en la que se presentará.

- 2.8. **¿Cuándo se notificará el rol que los equipos desempeñarán en las rondas orales?**

Respuesta: Según el artículo 30 del Reglamento, los Organizadores sortearán los roles que los equipos desempeñarán en las rondas orales. Las instrucciones específicas (incluyendo el rol de los equipos) serán comunicadas de forma oportuna. De cualquier forma, los equipos clasificados a las rondas orales deben estar preparados para defender tanto al demandante como al demandado.

- 2.9. **En la fase oral, ¿se deben escoger dos oradores por ronda o los representantes serán necesariamente los mismos en cada ronda oral?**

Respuesta: Los equipos estarán representados por dos (2) integrantes en cada ronda de la fase oral. Los equipos pueden elegir diferentes representantes por ronda, de conformidad con su estrategia.

- 2.10. **¿Qué implica que se pueda objetar «en cualquier momento» la introducción de hechos ajenos al caso? ¿Los jurados pueden reducir puntos por objeciones fundadas? ¿Cuántos puntos pueden reducir y qué criterios utilizarán? En el marco de las rondas orales, ¿puede objetarse el que un equipo utilice argumentos estrictamente procesales para desvirtuar algún aspecto de la demanda?**

Respuesta: Según el artículo 32 del Reglamento del Moot Court, los representantes de cada equipo en las rondas orales pueden objetar «en cualquier momento» las alegaciones de su contraparte si no se vinculan a los hechos del caso. Las objeciones pueden efectuarse interrumpiendo al orador, tras lo cual serán analizadas por los jurados. Si la objeción es fundada, se disminuirán puntos al equipo objetado; si es infundada, se disminuirán puntos al equipo que formuló la objeción. Los jurados gozan de discrecionalidad suficiente para determinar qué criterios considerarán para aceptar o rechazar la objeción, y cuánto puntaje disminuirán.

Si el concurso versa exclusivamente sobre derecho sustantivo de la propiedad intelectual, debe entenderse que los aspectos estrictamente procesales escapan del objeto del Moot Court y del caso de estudio, motivo por el cual serán objetables.

- 2.11. **¿Cómo se efectuarán las preguntas orales de los jurados a los equipos?**

Respuesta: Los jurados efectuarán preguntas a los equipos una vez culminadas sus intervenciones, para lo cual tienen discrecionalidad amplia.

3. ABSOLUCIÓN DE CONSULTAS SOBRE EL CASO:

3.1. ¿A qué requisitos hace alusión para la convocatoria a un informe oral?

Respuesta: Según la instrucción final del caso, los equipos deben presentar una argumentación en su escrito de demanda que analice la posibilidad de efectuar un informe oral en caso de elevarse la consulta prejudicial al TJCA. La naturaleza particular de la interpretación prejudicial y del informe oral constituyen aspectos que los equipos deben investigar para la resolución del caso. Sin perjuicio de ello, los Organizadores recomiendan la consulta del «Reglamento que regula aspectos vinculados con la solicitud y emisión de Interpretaciones Prejudiciales» y sus modificaciones, disponibles en la sección de normativa de la página web del TJCA:

https://www.tribunalandino.org.ec/index.php/normatividad/normatividad_tjca/

Se aclara que la solicitud de informe oral no implica que tal audiencia se realizará en algún momento de las rondas orales del Moot Court; pero en los escritos de demanda debe contar el análisis a efectos de realizar tal solicitud.

3.2. A lo largo de todas las veinte ediciones pasadas del Torneo Global de Selecciones, ¿se ha utilizado la misma marca figurativa del trofeo dorado coronado por un globo terráqueo?

Respuesta: A lo largo de las veinte ediciones pasadas del Torneo Global de Selecciones, la COFM ha utilizado el mismo trofeo para premiar a la selección campeona. Ahora bien, la marca figurativa solo se encuentra registrada desde 1986 en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú y Uruguay; habiendo sido renovada hasta la actualidad.

3.3. ¿La ACFF es una asociación vinculada a la COFM? ¿La licencia surge con la mera afiliación? ¿Esta licencia aplica en Colombia para marcas no registradas en Colombia?

Respuesta: Sí, la ACFF es una asociación vinculada a la COFM; la licencia es un acto jurídico que deriva la condición de asociación nacional afiliada y cubre el territorio del respectivo país representado por la institución.

La licencia otorgada por la COFM recae para las marcas de su titularidad, independientemente del territorio en el cual se encuentren registradas.

3.4. ¿La denominación «Torneo Global de Selecciones» y la marca figurativa del trofeo dorado con globo terráqueo cuentan con registro marcario en Colombia? ¿En qué clases de la Clasificación de Niza se encuentran registradas dichas marcas en los países indicados?

Respuesta: No, la denominación «Torneo Global de Selecciones» y la marca figurativa del trofeo dorado no cuentan con un registro marcario en Colombia. Conforme lo informado en el caso de estudio, dichas marcas se encuentran registradas en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Perú y Uruguay, para las clases 9, 16, 25, 28, 35 y 41 de la Clasificación de Niza.

3.5. **¿Alguna de las marcas utilizadas dentro del caso en cuestión tienen la condición de marca renombrada/notoriamente reconocida?**

Respuesta: La denominación «Torneo Global de Selecciones» y la marca figurativa del trofeo dorado de la COFM han sido reconocidas como notorias en distintas sedes administrativas y judiciales de, entre otros, Ecuador y Perú, entre los años 2022 y 2026; ahora bien, ambas marcas son conocidas a nivel mundial, por distintos grupos de consumidores.

En cualquier caso, la condición de notoria o renombrada de estas y las demás marcas involucradas en el caso en cuestión debe ser objeto de análisis de los equipos, considerando los hechos expuestos en el caso y en el presente documento de aclaración.

3.6. **¿ARTIP S.A. es reconocido por sus marcas o por los elementos de diseño e indumentaria en el mercado?**

Respuesta: ARTIP S.A. es reconocida a nivel global por la calidad y diseño de sus productos, además de por ser la fabricante oficial de la indumentaria de equipos de fútbol destacados de todos los continentes. Asimismo, las marcas utilizadas por ARTIP S.A. (en especial, las cuatro estrellas curvas de cuatro puntas superpuestas en cruz), se encuentra profundamente asociada al origen empresarial de los productos de la empresa.

En conclusión, existen elementos para afirmar que ARTIP S.A. es reconocido tanto por sus marcas como por la calidad y diseño de sus productos.

3.7. **¿Con qué colores fabrica la empresa ARTIP S.A. las camisetas oficiales de la ACFF? ¿El diseño posee una especificación técnica adicional respecto a los colores?**

Respuesta: ARTIP S.A. fabrica las camisetas oficiales de la ACFF utilizando el color #ffe616, que corresponde al mismo que hace parte de la marca de color delimitada por la forma de una camiseta, conforme se describe en la página 3 del caso de estudio. Asimismo, incorpora el logo oficial de la ACFF en la esquina superior izquierda de la camiseta; y su marca (cuatro estrellas curvas de cuatro puntas superpuestas en cruz) pintada de color azul (#043c86) en la esquina superior derecha de la camiseta y en los hombros.

Las especificaciones técnicas utilizadas por ARTIP S.A. son las mismas que utiliza para la elaboración de las demás camisetas que comercializa para los demás países y otros clubes, según los avances disponibles para camisetas deportivas y la reglamentación de la COFM. El diseño final de la camiseta puede encontrarse en la página 2 del caso de estudio.

3.8. **¿La marca consistente en el logo de la ACFF es figurativa o mixta?**

Respuesta: La marca del logo de la ACFF fue registrada como figurativa.

3.9. **¿Las marcas de la ACFF y de ARTIP S.A. están sometidas a cotitularidad?**

Respuesta: No, el logo de la ACFF pertenece a la ACFF; mientras que el logo de ARTIP y las marcas de color son de titularidad de ARTIP S.A. La fabricación de las camisetas oficiales de la ACFF es posible gracias a sendos contratos suscritos entre ambas sociedades.

3.10. **¿Existen un contrato de licencia por el cual la ACFF permita a ARTIP S.A. el uso de su marca?**

Respuesta: Sí, existe un contrato de licencia, con carácter exclusivo, debidamente registrado, por el cual la ACFF permite a ARTIP S.A. utilizar su logo como marca en la fabricación, distribución y promoción de camisetas oficiales.

3.11. **¿En qué año fueron registradas las marcas mencionadas en el caso? ¿Fue antes de la campaña de La Furia S.A.S.?**

Respuesta: Las marcas «Torneo Global de Selecciones» (denominativa) y la marca figurativa consistente en un trofeo dorado coronado por un globo terráqueo de la COFM fueron registradas en los países listados en el caso en 1986. El logo de la ACFF fue registrado en Colombia en 1990. El logo de ARTIP fue registrado en Colombia en el año 2000. Las marcas de color de ARTIP fueron registradas en Colombia en 2022. Por su parte, las marcas denominativas «LA FURIA» fueron registradas en Colombia en 1948. Todas los registros marcarios mencionados en el caso se encontraban vigentes (sea porque han sido renovados o porque su vigencia no ha caducado) en el momento en el que La Furia S.A.S. inició sus campañas publicitarias en abril de 2026.

3.12. **¿Existen otros registros de propiedad industrial además de los expresamente mencionados en el caso?**

Respuesta: Los equipos deben diseñar sus estrategias considerando únicamente los hechos detallados en el caso y en el presente documento de aclaraciones.

3.13. **¿Tiene La Furia S.A.S. algún registro o solicitud de marca en trámite ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de Colombia para las clases 25 o 35 que ampare su indumentaria «La Furia Futbolera»? ¿El logo del balón rojo de las camisetas de edición especial «La Furia Futbolera» cuenta con un registro marcario bajo la titularidad de La Furia S.A.S.?**

Respuesta: No, La Furia S.A.S. no ha registrado ni ha solicitado ninguna marca vinculada a sus campañas «La Furia Futbolera».

3.14. **¿Existen objetos susceptibles de protección bajo el régimen de derecho de autor? ¿Las imágenes de los futbolistas de la ACFF se encuentran protegidas por derechos de imagen?**

Respuesta: La susceptibilidad de protección de los diferentes elementos mencionados por el caso bajo el régimen de derecho de autor o de derechos de imagen será objeto de análisis por cada equipo, dependiendo de la estrategia adoptada.

- 3.15. **¿Con respecto a la vigésima edición del certamen en noviembre de 2026, ¿se emitieron pautas informativas, boletines de prensa oficiales o campañas de difusión en Colombia utilizando la denominación del torneo y la imagen de su trofeo antes de abril de 2026? ¿Existieron canales oficiales, plataformas digitales o puntos de venta autorizados en territorio colombiano para la adquisición de entradas antes de abril de 2026, donde se exhibieran los elementos denominativos y visuales del torneo?**

Respuesta: *Sí, en Colombia la ACFF utilizó o autorizó la utilización (v.g., a operadores de televisión que transmitían partidos o a otros auspiciantes) de la denominación «Torneo Global de Selecciones» o de la imagen del trofeo de la competencia a lo largo de las competiciones eliminatorias que se disputaron desde 2022; asimismo, ha efectuado actos parecidos durante eliminatorias pasadas y durante la participación de la ACFF en 2021, 2016, 2006 y otras ediciones del torneo.*

- 3.16. **¿Existieron canales oficiales, plataformas digitales o puntos de venta autorizados en territorio colombiano para la adquisición de entradas antes de abril de 2026, donde se exhibieran los elementos denominativos y visuales del torneo?**

Respuesta: *Sí, en Colombia la ACFF abrió distintas plataformas digitales y se asoció con empresas promotoras de eventos y agencias de viajes para establecer puntos de venta físicos autorizados en donde se comercializarán las entradas de los partidos del Torneo Global de Selecciones. Asimismo, las entradas al Torneo Global de Selecciones pueden comprarse en la página web de la COFM.*

- 3.17. **¿Existe un patrocinador oficial que produzca bebidas energéticas para el Torneo Global de Selecciones?**

Respuesta: *El Torneo Global de Selecciones no cuenta con un patrocinador oficial que produzca bebidas energéticas; sin embargo, se prevé que la COFM inicie negociaciones en junio con un grupo empresarial multinacional denominado AQA, Inc., con sede en la ciudad de Dublín, para que este sea patrocinador oficial del certamen.*

Este grupo tiene distintas compañías y marcas utilizadas en el mercado de bebidas espirituosas, gaseosas, bebidas energéticas, entre otros; operando en distintos países del mundo. En América del Sur, el grupo AQA, Inc. se encuentra en el mercado de Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Perú y Uruguay; pero tiene proyección para iniciar operaciones en los siguientes años en Ecuador, Colombia y Venezuela.

- 3.18. **¿Existe un patrocinador oficial de bebidas (energéticas o no) de la ACFF o del jugador Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”?**

Respuesta: *No, ni la ACFF ni Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”, han celebrado algún contrato de patrocinio con alguna sociedad productora o comercializadora de bebidas.*

- 3.19. **¿La Furia S.A.S. comparte con ARTIP S.A. o con la ACFF los mismos canales de comercialización, distribución e industrialización dentro del mercado?**

Respuesta: Los equipos deberán elaborar su estrategia considerando que La Furia S.A.S. es una empresa productora y comercializadora de bebidas energéticas; mientras que ARTIP S.A. se dedica a la producción y comercialización de indumentaria deportiva. Por su parte, la ACFF es una asociación nacional de fútbol vinculada a la COFM.

- 3.20. **¿La campaña «Los furiosos del fútbol» se ejecutará de manera simultánea al desarrollo del Torneo Global de Selecciones en noviembre de 2026?**

Respuesta: No se sabe la etapa exacta de duración de la campaña «Los furiosos del fútbol»; únicamente se conoce que inició en abril de 2026. Ahora bien, es altamente plausible que, dado el éxito económico que conllevó y el contexto en el que se ideó, se mantenga hasta el fin del certamen.

- 3.21. **¿La participación en el Torneo Global de Selecciones conlleva una recompensa económica?**

Respuesta: Sí, la mera clasificación al Torneo Global de Selecciones implica un premio económico de veinte (20) millones de dólares americanos a la asociación nacional afiliada. A partir de allí, la recompensa puede ascender dependiendo de la cantidad de partidos ganados y la instancia final de eliminación. En total, el campeón del Torneo puede llegar a ganar más de cien (100) millones de dólares americanos.

- 3.22. **¿Cuál ha sido el impacto económico de las campañas efectuadas por La Furia S.A.S. respecto de las ventas de la ACFF y ARTIP S.A.? ¿Cuáles fueron los beneficios económicos obtenidos por La Furia S.A.S. por su campaña? ¿Existe algún daño cuantificable que sufrió la COFM? ¿En cuánto se ha incrementado el patrimonio del actor “Galán Gómez” por su participación en la campaña de La Furia S.A.S.?**

Respuesta: No se sabe exactamente si la COFM, ACFF o ARTIP S.A. hayan sufrido un impacto económico en sus ventas debido a la campaña «Los furiosos del fútbol» o, de haber existido ese daño, su cuantía exacta. Ese análisis corresponde a los equipos, de conformidad con su estrategia argumentativa, tomando en consideración los intereses y preocupaciones de los distintos actores conforme fue detallado en las páginas 5 y 6 del caso.

Por otro lado, tampoco se conoce la cuantía exacta de los beneficios económicos que recibió La Furia S.A.S. por su campaña «Los furiosos del fútbol»; lo único que se conoce es que esa campaña está asociada a incrementos multimillonarios en las ventas de La Furia S.A.S.

Finalmente, no se conoce si existen aumentos en el patrimonio del actor “Galán Gómez” y, de haberlos, no se sabe su cuantía.

- 3.23. **¿Esta es la primera vez que La Furia S.A.S. asocia su marca a eventos deportivos de fútbol? ¿Ha utilizado La Furia S.A.S. colores similares a las camisetas de la ACFF previamente?**

Respuesta: No, esta no es la primera vez que La Furia S.A.S. asoció su marca a un evento deportivo de fútbol. Existe un único antecedente, cuando en el año 1953 patrocinó a un equipo de fútbol de segunda división en Colombia. A partir de entonces, La Furia S.A.S. no ha patrocinado o contratado publicidad, o efectuado alguna campaña vinculada con eventos deportivos de fútbol.

Por otro lado, en el pasado, La Furia S.A.S. nunca ha comercializado, fabricado o distribuido camisetas para promocionar sus productos. La campaña «Los furiosos del fútbol» es la primera vez que La Furia S.A.S. utilizó camisetas promocionales.

- 3.24. **¿Cuál fue el criterio para que La Furia S.A.S. contrate al actor “Galán Gómez” para efectuar sus campañas? ¿Recibió el actor alguna orden para que refuerce su semejanza con Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”?**

Respuesta: No se conocen los criterios que utilizó La Furia S.A.S. para contratar al actor “Galán Gómez”, ni se sabe si le dieron alguna orden para reforzar su semejanza con Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”. Lo único que se conoce es lo que se ve en el comercial: que el actor apareció en piezas audiovisuales jugando fútbol.

- 3.25. **¿Existe algún parámetro fáctico sobre el formato, duración, visibilidad o notoriedad de los créditos a la actuación del “Galán Gómez” en la campaña «Los furiosos del fútbol» de frente al consumidor promedio?**

Respuesta: En las piezas audiovisuales, La Furia S.A.S. añadió una leyenda, que sí resultaba legible, en la parte central inferior de la pantalla que mencionaba «La Furia S.A.S. se enorgullece de presentar la actuación de “Galán Gómez”». Al final de la publicidad, se presentaba el logo de La Furia S.A.S. en un fondo negro, acompañado de la leyenda en letras blancas grandes «La Furia junto a “Galán Gómez”, apoyando a Colombia».

- 3.26. **¿En las piezas audiovisuales de la campaña «Los furiosos del fútbol» se menciona a Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”?**

Respuesta: No, en las piezas audiovisuales de la campaña «Los furiosos del fútbol» no se menciona expresamente a Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”. Ahora bien, la Furia S.A.S. solo lo nombra en los términos y condiciones del sistema de puntos.

- 3.27. **¿Cuál es la composición, información nutricional e ingredientes de la bebida energética de La Furia S.A.S.? ¿Cuentan con autorización sanitaria y se cumple con la normativa vigente de etiquetado?**

Respuesta: No se conoce la composición de las bebidas energéticas de La Furia S.A.S.; se trata de una fórmula secreta custodiada celosamente por la empresa. Ahora bien, La Furia S.A.S. comercializa sus bebidas cumpliendo cabalmente la normativa sanitaria y de etiquetado vigente, contando con todos los permisos necesarios para la puesta de sus productos en el mercado.

- 3.28. **¿En qué fechas se celebraron los contratos de filiación entre ACFF y COFM, y de licencia entre ACFF y ARTIP? ¿En qué fecha se celebró el contrato de cesión de imagen entre ACFF y Radamel Arnoldo Díaz?**

Respuesta: *Las fechas específicas de los contratos mencionados en el caso son irrelevantes para el caso en cuestión. Sin perjuicio de ello, los equipos deben tomar en consideración que estos actos se encuentran plenamente vigentes y produciendo efectos jurídicos.*

- 3.29. **¿Las licencias derivadas de los contratos celebrados entre ARTIP S.A. y la ACFF fueron registrados ante la oficina nacional competente?**

Respuesta: *Sí, todos los contratos fueron debidamente registrados.*

- 3.30. **¿Existen cláusulas específicas en el contrato de licencia por el cual ARTIP S.A. permite el uso de su marca a la ACFF, que versen sobre exclusividad o limitaciones de uso de las camisetas oficiales?**

Respuesta: *No, el contrato de licencia que otorgó ARTIP S.A. para el uso de sus marcas no es exclusivo. Ello, por cuanto ARTIP S.A. no solo fabrica indumentaria deportiva para la selección de fútbol colombiana, sino para otras selecciones nacionales, clubes de fútbol y otras instituciones que practican otros deportes.*

- 3.31. **¿Desde cuándo Radamel Arnoldo Díaz es conocido como “El furioso”? ¿Ese apodo se encuentra registrado de alguna forma?**

Respuesta: *Radamel Arnoldo Díaz es conocido como “El furioso” desde su extraordinaria participación en el Torneo Global de Selecciones del año 2016, acuñado inicialmente por un comentarista deportivo al momento de hacer la narración de los partidos, pero utilizado comúnmente, y sin oposición de Radamel Arnoldo Díaz desde esa fecha. El jugador nunca ha registrado ese apodo.*

- 3.32. **¿Se puede acceder a una fotografía actualizada del jugador Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”?**

Respuesta: *No, lastimosamente Radamel Arnoldo Díaz está tan afectado por los hechos descritos en el caso que no ha mantenido ningún contacto con la prensa, (dejando todo en manos de sus abogados y los de la ACFF), ni ha publicado una fotografía actualizada suya.*

Sin perjuicio de ello, el gran parecido que posee con su primo, el “Galán Gómez” es un hecho notorio; prácticamente toda la población colombiana conoce que el jugador y el actor son parecidos.

Tal es así que se han hecho reportajes en medios deportivos y de la farándula nacional en los que cuentan, jocosamente, que muchas veces, los seguidores de “El furioso” lo confunden con el “Galán Gómez”, y viceversa, a la hora de pedirle fotografías o autógrafos.

3.33. **¿La cesión de derechos de imagen de Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”, a la ACFF es exclusiva?**

Respuesta: *Sí, el contrato de cesión de derechos de imagen suscrito entre Radamel Arnoldo Díaz, “El furioso”, y la ACFF expresamente menciona que esta cesión es exclusiva.*

3.34. **¿Cuál es el nivel de popularidad o reconocimiento público del "Galán Gómez" en comparación con su primo Radamel Díaz "El Furioso"?**

Respuesta: *Tanto “El furioso” como el “Galán Gómez” son ampliamente conocidos en toda Colombia; por motivos distintos, evidentemente. La popularidad de cada uno depende del público objetivo: lógicamente, los aficionados del fútbol seguirán más a “El furioso”, mientras que los aficionados del cine y televisión seguirán más al “Galán Gómez”. Sin perjuicio de ello, ambas personalidades son famosas en toda Colombia.*

3.35. **¿Las camisetas oficiales de la ACFF, entradas, pasajes y estadías ofrecidas por La Furia S.A.S. en sus sorteos y sistemas de puntos fueron adquiridas lícitamente en el mercado o a través de canales oficiales?**

Respuesta: *Sí, todos los premios que ofrece La Furia S.A.S. en su sistema de puntos han sido adquiridos de forma lícita en el mercado, a través de canales oficiales. En particular, La Furia S.A.S. compró las camisetas oficiales de la ACFF en las distribuidoras oficiales al por menor de ARTIP S.A., las entradas a los partidos del Torneo Global de Selecciones fueron adquiridos en la página web oficial de la COFM y en los puntos de venta de la ACFF. Por otro lado, los pasajes y estadías fueron adquiridos directamente a distintas aerolíneas y hoteles en las sedes del Torneo Global de Selecciones.*

3.36. **¿Tiene La Furia S.A.S. autorización para mencionar el nombre completo de la asociación o mostrar marcas de la COFM, ACFF o de ARTIP S.A., u ofrecer estos beneficios en sus sorteos o sistemas de puntos?**

Respuesta: *La Furia S.A.S. nunca ha contratado directamente o solicitado alguna autorización a la COFM, a ARTIP S.A. o a la ACFF para nombrarlas u ofrecer premios por la compra de sus bebidas energizantes.*

3.37. **¿La COFM o la ACFF han prohibido de forma expresa la reventa de entradas al Torneo Global de Selecciones?**

Respuesta: *Sí, consta en los términos y condiciones de la compraventa de entradas para el Torneo Global de Selecciones una prohibición expresa para la «reventa» de los tickets o la transmisión de la titularidad de la entrada de forma onerosa salvo que se agote la recompra de estas, en primera medida, por la COFM.*

Sin embargo, en los términos y condiciones no se prohíbe expresamente que las entradas puedan ser regaladas o transferidas a otro titular de forma gratuita.

- 3.38. **En los términos y condiciones del sorteo y sistema de puntos de La Furia S.A.S., ¿se identifican y diferencian expresamente las camisetas oficiales de la ACFF de las camisetas de edición especial «La Furia Futbolera»?**

Respuesta: Sí, tanto en la plataforma de intercambio como en los términos y condiciones se diferencian las camisetas oficiales de la ACFF de las camisetas de edición especial «La Furia Futbolera»; tal es así que, para ganar una camiseta oficial de la ACFF, se necesita un mayor número de puntos (lo que implica un mayor número de compras) que los necesarios para las camisetas «La Furia Futbolera».

- 3.39. **¿Las camisetas de edición especial «La Furia Futbolera» son destinadas exclusivamente para ser entregadas como premios dentro del sistema de puntos promocional o La Furia S.A.S. las está comercializando de forma independiente como productos de venta masiva al público?**

Respuesta: Hasta donde se conoce, La Furia S.A.S. solo ha distribuido estas camisetas de forma gratuita a través de su sistema de puntos. No se sabe si estas camisetas estén siendo comercializadas de forma independiente o se puede acceder a ellas lícitamente por otros canales.

- 3.40. **¿La campaña de La Furia S.A.S. se efectuó solamente en Colombia o se extenderá a otros países?**

Respuesta: Hasta donde se conoce, en la actualidad, la campaña de La Furia S.A.S. se efectúa solamente en Colombia, pero se transmite en canales de televisión por suscripción de alcance regional con la leyenda «publicidad válida solo para el territorio colombiano».

- 3.41. **¿Cuál es el monto total de los beneficios económicos obtenidos por cada uno de los involucrados en el torneo, derivados de la explotación de sus respectivas marcas reconocidas?**

Respuesta: El monto total de los beneficios económicos que cada actor del caso de estudio gana por el uso de sus marcas es información empresarial de carácter confidencial.

- 3.42. **¿Qué debe entenderse por «poder de procuración» en el marco del contrato celebrado entre COFM y la ACFF? En particular, ¿debe asumirse que dicho poder equivale a un poder de representación suficiente para que la ACFF actúe judicial, administrativa o arbitralmente en nombre de la COFM en defensa de sus marcas registradas en Colombia?**

Respuesta: El alcance de los contratos mencionados en el caso de estudio deberá ser objeto de análisis de cada equipo.

- 3.43. **¿La ACFF está legitimada para interponer una demanda civil en Colombia en representación de la COFM, ARTIP S.A. o Radamel Arnoldo Díaz?**

Respuesta: El alcance de los contratos mencionados en el caso de estudio deberá ser objeto de análisis de cada equipo.

3.44. **¿La demanda debe ser interpuesta de forma obligatoria ante los tribunales civiles de la rama judicial de Colombia o ante otras autoridades jurisdiccionales?**

Respuesta: Sí, la demanda debe ser interpuesta ante los tribunales civiles de la rama judicial de Colombia. Conforme se establece en el caso de estudio, «[e]sta jurisdicción queda preestablecida con independencia de la sede que pueda ser aplicable conforme a las normas nacionales de los equipos en competencia». Ello, por cuanto, el Moot Court versa sobre aspectos sustanciales de la propiedad intelectual; asuntos meramente procesales como la distribución de competencia en razón de la materia son tangenciales para el concurso. En virtud de lo anterior, es válido acumular pretensiones, tal y como se ha mencionado en la respuesta 2.3. del presente documento. Por otro lado, en la contestación a la demanda, y en las respuestas a los argumentos de los demandantes en las rondas orales, la situación de la acumulación de materias o pretensiones no puede desplazar el análisis obligatorio de los aspectos sustantivos vinculados a la propiedad intelectual.

3.45. **¿En qué fecha se presentará la demanda y cuál es el espacio cronológico transcurrido desde el conocimiento de los hechos hasta el inicio del Torneo Global de Selecciones?**

Respuesta: Las demandas pueden ser remitidas hasta el 19 de julio de 2026, conforme el Cronograma del Moot Court. La fecha “ficticia” de presentación de la demanda y el momento en el cual se conocieron los hechos es irrelevante para la resolución del caso.

4. COMUNICADO IMPORTANTE A LOS EQUIPOS:

- 4.1. Los equipos deberán considerar estas aclaraciones como parte del caso y Reglamento a la hora de redactar sus respectivos escritos y preparar sus respectivas estrategias de litigio, de acuerdo con lo que consideren pertinente.
- 4.2. Como se mencionó en los considerandos, en este documento, las consultas duplicadas han sido consolidadas y se ha emitido una sola respuesta aclaratoria. Algunas consultas solicitadas no han sido consideradas, toda vez que su respuesta se desprende del caso y/o responderlas podría determinar la resolución de un punto esencial del caso que los equipos deben estudiar y fundamentar. Asimismo, no se han considerado aquellas consultas remitidas fuera del plazo previsto o por un medio distinto al formulario habilitado para tal efecto en la página web del concurso.
- 4.3. Se recomienda profundamente que los equipos lean y analicen minuciosamente el caso de estudio y sus aclaraciones para la presentación de sus escritos. Asimismo, se recuerda a los equipos que, pese a que este caso es ficticio, ha sido diseñado considerando posibles escenarios reales que no siempre se ajustan a situaciones de hecho ideales para la resolución de controversias. En este sentido, la existencia de ambigüedades, información incompleta o frases susceptibles de interpretación ha sido intencional, y persigue el objetivo de poder generar análisis y debate jurídico sobre situaciones fácticas que no necesariamente se apegan a contextos arquetípicos.

- 4.4. Por otro lado, se debe considerar que una de las competencias que se evaluarán en este concurso es la capacidad de los estudiantes y egresados de identificar cuál es el asunto controvertido real, más allá de cualquier distractor que se pudiese presentar.
- 4.5. De acuerdo con el cronograma, el plazo máximo para presentar los escritos de demanda es el 19 de julio de 2026.
- 4.6. Por último, los Organizadores enfatizan en que el Moot Court Latinoamericano de Derecho de Propiedad Intelectual tiene como objeto el tratamiento académico del derecho sustantivo de propiedad intelectual, por lo que los argumentos sobre otras ramas de derecho (*v.g.*, derecho procesal, societario, sucesorio) que manejen las respectivas estrategias deben ser meramente accesorios y bajo ningún concepto podrán obviar el análisis sustantivo de las normas de propiedad intelectual aplicables al caso de estudio.
