



Bogotá D.C., Julio de 2009.

## **CIRCULAR INFORMATIVA No. 132**

### **PROPIEDAD INDUSTRIAL**

Apreciados Clientes y Amigos,

**CONSULTORÍA EMPRESARIAL SUÁREZ & ASOCIADOS** les presenta el siguiente artículo sobre Propiedad Industrial. Esperamos que éste sea de su interés, estando prestos a resolver las inquietudes que tengan en relación con el mismo.

#### **¿Por qué se registran signos distintivos y qué ventajas y beneficios para un empresario le representa el registro de estos intangibles y la incorporación al patrimonio de su empresa?**

A propósito del informe de gestión del año 2008 dado a conocer por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) en su página Web, donde da a conocer el aumento vertiginoso que ha tenido en los últimos años el registro de signos distintivos en Colombia, marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales, dicho balance es positivo si se tiene en cuenta que la gran mayoría de estos registros fueron concedidos a empresas colombianas<sup>1</sup>.

No obstante el informe del Banco de la República, en el cual la economía colombiana presenta una desaceleración en su crecimiento (pasando de un ciclo expansivo de 7,5 en el año 2007 a un 2,5% en el año 2008, es decir, una tercera parte de lo observado en el 2007), los empresarios no han dejado de proteger estos bienes intangibles que le representan a la compañía uno de los activos más importantes.

Frente al anterior informe, la respuesta a la pregunta planteada es que registrar los signos distintivos le representa al empresario (además de la incorporación de los mismos a su patrimonio como un activo más) evitar que el signo con el cual se quiere comercializar un producto tenga restricciones por la falta de previsión al no protegerlo ante la autoridad competente. Es decir, el empresario que innove con nuevos productos y busque alternativas de mercado, tanto en el país como en el exterior, además de tener una marca fuerte reconocida por parte de los consumidores, debe registrarla, lo que conlleva tener ventajas competitivas con productos de la misma naturaleza, importados o nacionales, especialmente con aquellos provenientes del lejano oriente y particularmente con los de Estados Unidos, en el caso de aprobarse un tratado de libre comercio.

---

<sup>1</sup> Según el informe presentado por la SIC, ante esa entidad se tramitó un total de 24.629 solicitudes, para marcas y lemas 23.952 y 677 para nombres y enseñas comerciales, de igual forma, en cuanto a renovaciones y afectaciones al registro, cesiones, cambio de nombres, licencias de uso etc., se radicaron 13.179 solicitudes y se expidieron 12.351 certificaciones.



Como **marca fuerte** se conoce aquel signo distintivo que identifica un producto y es reconocido por el consumidor (por su forma externa, colores, grafías, dibujos, asociado a la calidad del producto que envuelve dicho signo, etc.), en otras palabras, es aquel signo que da a conocer, además del producto, su marca, calidad, precio, fabricante y otros aspectos intrínsecos del mismo, como sabor, color, textura etc.

Y es que la protección en materia de propiedad industrial no sólo abarca los signos distintivos o los nuevos desarrollos; ampara también las formas externas de los empaques y envases de productos, de ahí la gran importancia de tener una protección integral de estos bienes intangibles.

Por lo anterior, los invitamos a verificar e indagar **¿qué signos distintivos, marcas, slogan, logos, figuras, nuevos desarrollos, patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, envases, empaques de productos, tienen protegidos contra imitación de terceros o si por el contrario, al no tenerlos protegidos, se restringe la entrada de los mismos al mercado?**

<b>PREGUNTAS PROPIEDAD INTELECTUAL</b>	<b>SI/NO</b>
1. ¿Tiene usted protegidos los signos distintivos con los cuales comercializa sus productos (marcas, slogan, logos, figuras)?	
2. ¿Sabe usted que los envases y etiquetas de sus productos pueden ser protegidos como marcas, diseños industriales u obras artísticas?	
3. ¿Cuántos desarrollos de nuevos productos que tiene en el mercado, están protegidos contra imitación de terceros?	
4. ¿Sabía usted que los signos distintivos y nuevas creaciones ( marcas, lemas, nombres comerciales, patentes, diseños industriales), son los activos intangibles más importantes de su empresa?	
5. ¿Ha pensado usted exportar sus productos con su marca y no sabe si éstas están protegidos en dichos países?	
6. ¿Ha pensado usted en licenciar o franquiciar su marca, nombre comercial o establecimiento de comercio?	
7. ¿Tiene usted conocimiento del valor comercial de su marca?	
8. ¿Se ha preguntado alguna vez que hacer cuando ha sido objeto de un acto que restrinja su participación en el mercado, por parte de una empresa competidora?	

Cordialmente,

**CONSULTORÍA EMPRESARIAL  
SUÁREZ & ASOCIADOS**

**EDGAR SUÁREZ ORTIZ**

**NÉSTOR GÓMEZ HERNÁNDEZ**