

**GUÍA PARA EL
REGISTRO Y LA
PROTECCIÓN DE
TU MARCA**



1. ¿Qué es la marca?

Es el conjunto de signos distintivos que permiten identificar los productos y servicios de una empresa, generando recordación y diferenciación frente a los ofrecidos por su competencia. Los elementos de la marca son: nombre, logotipo, eslogan, estilo gráfico y estilo de comunicación.

Los consumidores suelen preferir productos y servicios de marcas que recuerdan, con las que se identifican y cuyos atributos y diferenciales tienen claros.

Las marcas representan las ideas y percepciones que hay en la mente del consumidor frente a la calidad o desempeño de un producto o servicio y las emociones que él experimenta al interactuar con estos, por lo tanto es un medio clave para proyectar la esencia o personalidad de la empresa o el empresario; sus valores y principios, su propósito, su reputación y la estrategia de aproximación a su público.



En conclusión una marca:

- Permite a la empresa diferenciar su producto o servicio.
- Ayuda a transmitir la promesa de valor a los consumidores, por lo tanto construye confianza.
- Puede ser objeto de licencias y, por tanto, fuente generadora de ingresos.
- Puede llegar a ser más valiosa que los activos tangibles.
- Siendo entonces tan importante, al ser registrada, la marca le genera a la empresa el derecho exclusivo a impedir a terceros que comercialicen productos y ofrezcan servicios idénticos o similares con marcas idénticas o similares, con el fin de que los consumidores no se confundan y adquieran el producto o el servicio del empresario que en realidad quieren.
- Ayuda a realizar una adecuada segmentación de mercado.

Existen varios tipos de marcas, entre las que se encuentran:

1. **Marcas nominativas:** contienen un signo formado por una o varias palabras, números o letras. Sin ninguna tipografía especial.
2. **Marcas figurativas:** son imágenes, logos, logotipos. Sin incluir palabras, letras o números.
3. **Marcas mixtas:** son la combinación de las dos anteriores. Pueden contener letras, números, palabras y la combinación de ellos junto con una imagen o logo.
4. **Marcas tridimensionales:** este tipo de marcas protegen o registran la forma de los productos, sus envases o envolturas. Como su nombre lo indica, son en 3D, pero a diferencia de las 3 primeras clases, podemos afirmar que las marcas tridimensionales son perceptibles, además, por el sentido del tacto.
5. **Marcas sonoras o auditivas:** este tipo de marcas se caracterizan por tener un sonido o una melodía. Son marcas dirigidas exclusivamente al sentido del oído, sin embargo, para poder registrarla, debe representarse en una forma gráfica, como lo sería un pentagrama.
6. **Marcas olfativas:** se refieren a aromas o esencias. Se perciben por el sentido del olfato.

2. Importancia de registrar tu marca

Además de permitir la diferenciación de los productos y servicios de una empresa frente a los de su competencia, la marca resulta ser un activo intangible altamente valioso para los empresarios, por lo tanto, al registrarla se protege del uso por parte de terceros no autorizados y le permite al propietario, explotarla e impedir que otros registren una marca similar.

Es importante tener claro que la razón social es diferente a la marca, pues la razón social es la denominación con la que se conoce legalmente a una empresa y se logra individualizarla e identificarla. Se trata de un nombre oficial que generalmente registra en los documentos de constitución de la empresa. El registro otorga como protección el derecho al uso exclusivo de la marca durante el término de 10 años renovable por términos iguales.

En caso de que no sea viable el registro de la marca, te recomendamos revisar la guía de creación*.

3. El análisis de la marca previo al registro

Antes de iniciar el proceso de registro de tu marca te sugerimos:

- Verifica si la marca es coherente con el propósito empresarial y la estrategia
- Valida si tu marca proyecta lo que la empresa desea transmitir.

Realiza una revisión del nombre de la marca, el logo y el eslogan, de manera que cumplan con las características de una marca diferenciadora debe:

- Ser corto y simple
- Proyectar una imagen positiva de tu marca
- Ser perdurable en el tiempo
- Ser adaptable

Si tienes pensando hacer actualizaciones al nombre o logo, realízalo previo al registro y así te ahorrarás gastos a futuro.

4. Lo que está prohibido o limitado cuando vas a registrar una marca

De acuerdo a la ley esta prohibido:

1. Signos que no tienen propiedades suficientes para distinguirse, por ejemplo, un punto o una línea sin ningún otro elemento caracterizador, puesto que difícilmente serían percibidos como “marca” por el consumidor.
2. Signos genéricos y específicos, por ejemplo, chocolate para distinguir “chocolate”; aquellos que se compongan exclusivamente de signos que en el comercio o en el lenguaje corriente hayan llegado a constituir una denominación necesaria o usual de producto o servicio del que se trate, por ejemplo, “Empanadas” para distinguir productos alimenticios.
3. Signos descriptivos: los que se componen exclusivamente de signos o indicaciones que sirvan en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción del producto o de la prestación del servicio u otras características de los productos o del servicio, por ejemplo, “Edición selecta”, o “Fresas de mayo”.
4. Signos engañosos, por ejemplo, “Oleoliva” para distinguir todo tipo de aceites y grasas comestibles.
5. Signos contrarios a la Ley o al orden público, por ejemplo, cualquier marca xenófoba o sexista.
6. Formas que vengan impuestas por razones de orden técnico o por la naturaleza de los propios productos o que afecten a su valor intrínseco, por ejemplo, la representación de una antena parabólica para distinguir antenas parabólicas o la de un limpiaparabrisas para limpiaparabrisas, o la representación de un lapicero sin ningún elemento diferenciador.
7. Determinados signos protegidos legalmente como banderas y escudos de Estados, Comunidades Autónomas, etc.

5. ¿Qué debes hacer para registrar tu marca en Colombia?



1. Identificación de la clase de productos o servicios

Debes elegir los productos o servicios que distinguirá la marca en el mercado y clasificarlos según la Clasificación Internacional de Niza. Hay 45 clases en las que se puede registrar una marca.

Es necesario hacer una elección adecuada de la clasificación de los productos o servicios que se quieren identificar con la marca.

Para conocer la clase o clases en las que debe registrar tu marca, de acuerdo con los servicios o productos a identificar con la misma, puedes ingresar al siguiente link: <https://bit.ly/2R3HSGu>

2. Consulta de antecedentes marcarios

En este paso se realiza una consulta de antecedentes marcarios, para saber si existen marcas semejantes o idénticas registradas, o en trámite de registro, que puedan obstaculizar este proceso, por esto durante el trámite de registro la marca solicitada puede ser negada por la existencia de otra que haya sido registrada previamente por un tercero.

La consulta podrá realizarse de manera gratuita; sin embargo, para hacerlo de forma más detallada, puedes hacer el pago de una tasa de "Antecedentes Marcarios" ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

A continuación te indicamos los pasos para hacer la búsqueda de antecedentes marcarios de forma gratuita.

A

Ingresa al siguiente link en la página de la Superintendencia de Industria y Comercio:
<https://bit.ly/35hOn0a>

B

Ingresa a la opción "buscar" del cuadro de los signos distintivos.



C

Escribe el nombre de tu marca, total o parcialmente, y consulta.

Para una búsqueda de antecedentes marcarios más completa, o en caso de que la búsqueda que se pretende realizar sea sobre una marca mixta o figurativa, se deberá pagar a la SIC una tasa por la emisión de un certificado de antecedentes marcarios que se puede tramitar en la Oficina Virtual de Propiedad Industrial- SIPI. Puedes consultar las tasas correspondientes en el siguiente link:

<https://www.sic.gov.co/tasas-signos-distintivos>

3. Registro ante la SIC

Presenta la solicitud de registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio -SIC, de manera física o electrónica. Ten en cuenta que dependiendo de la forma en la que lo presentes, puedes encontrar variaciones en el pago de la tasa.

Aquí debes tener en cuenta que te solicitarán una documentación relacionada con la marca y el titular de la misma, así como el pago respectivo por la tasa de registro de la marca.

1. Para conocer la documentación que necesitas ingresa al siguiente link: <https://www.sic.gov.co/node/81>

2. Para solicitar el registro de manera física ten en cuenta los formatos que se encuentran en el siguiente link:
<https://www.sic.gov.co/formatos-marcas>

Formatos para trámites de signos distintivos

Formatos para trámites de propiedad industrial

PI01 - F01 Registro de marcas y lemas comerciales [DOC](#) | [PDF](#)

3. Para solicitar el registro de un signo distintivo (marca) manera electrónica ingresa al siguiente link:
<http://sipi.sic.gov.co/sipi/Extra/Default.aspx?sid=637151148290669022>

a

Si no tiene una cuenta:

 [Cree su cuenta aquí](#) Es fácil y usted puede hacerlo ahora

b



c

Si la persona a crear no existe en la base de datos de la SIC, despliegue el siguiente menú:



d



e



4. Pago de tasa de registro.



Para conocer las tasas ingresa al siguiente link:

<https://www.sic.gov.co/tasas-signos-distintivos> (Ten en cuenta que los trámites en línea tienen generalmente un descuento respecto a los trámites físicos), y que estos costos los actualizan cada año de acuerdo con el valor del Salario Mínimo Legal Mensual Vigente.

Te informamos además que la Superintendencia de Industria y Comercio ofrece un curso básico en Propiedad Intelectual; para el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas que lo realicen, podrán obtener un descuento del 25% sobre el valor de la tasa de las siguientes solicitudes:

- a)** Registro de Marcas de productos y/o servicios.
- b)** Registro de Lemas Comerciales.
- c)** Divisionales de Marcas de productos y/o servicios o de Lemas Comerciales.
- d)** Diseños Industriales.
- e)** Esquemas de trazado de circuitos integrados.
- f)** Examen de patentabilidad de Patentes de Invención.

Si eres una PYME y quieres obtener este descuento, deberás hacer el curso y un examen que consiste en responder a una serie de preguntas en un plazo específico y en modalidad de autoevaluación. Se dará constancia de participación o asistencia con el 70% de la respuesta del examen a satisfacción y siempre y cuando hayas navegado por los diferentes módulos y material de estudio del curso.

El certificado expedido, tendrá una vigencia de dos meses contados a partir de la fecha que recibas el respectivo documento para solicitar el descuento antes mencionado”.

5. Seguimiento al registro de la marca.

Consiste en realizar un seguimiento y vigilancia rigurosa una vez la marca esté registrada, para encontrar posibles oposiciones a nuevos registros de marcas y poder continuar con los privilegios otorgados mediante el registro. Para esto debes ingresar a la página del SIPI de la Superintendencia de Industria y Comercio y estar atento a las notificaciones electrónicas enviadas por la SIC.

Debes tener en cuenta que terceros pueden solicitar la acción cancelación de una marca. Esta acción faculta a la Superintendencia de Industria y Comercio a cancelar el registro de una marca cuando, sin motivo justificado, la marca no se hubiese utilizado durante los tres años previos a la fecha en la que se interpone la acción dentro de alguno de los países miembros de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).

Adicionalmente, la cancelación del registro de marca puede hacerse de forma parcial en los eventos en que el titular de un registro de marca solo use la marca respecto de algunos de los productos o servicios incluidos en el registro, es decir puede solicitarse la cancelación del registro de marca sólo para aquellos productos o servicios para los cuales no se haya usado la marca.

