



**Industria y
Comercio**
SUPERINTENDENCIA

GUÍA RÁPIDA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO
Superintendente de Industria y Comercio

ANGÉLICA MARÍA ACUÑA
Secretaria General

DELEGATURA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

JOSÉ LUIS LONDOÑO FERNÁNDEZ
Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial

MARÍA JOSÉ LAMUS BECERRA
Directora de Signos Distintivos

OFICINA DE SERVICIOS AL CONSUMIDOR Y APOYO EMPRESARIAL

ANA MARÍA URIBE NAVARRO
Jefe

Grupo Aula de Propiedad Industrial

Actualización de la presente segunda edición por:
Paola Mejía Hoyos
Laura Camacho Castellanos
Manuel Andrés Muñoz Roberto

Grupo Comunicaciones

Diseño y diagramación
Yenny Paola Castiblanco García

GUÍA RÁPIDA DE LA **PROPIEDAD INDUSTRIAL**

En esta guía se podrán conocer los conceptos básicos de los principales derechos de propiedad industrial, tales como marcas, patentes de invención y de modelo de utilidad, diseños industriales, así como el manejo de los documentos de patente como fuente de información tecnológica.

GUÍA RÁPIDA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

CONTENIDO

I.		
PATENTE DE INVENCION Y PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD		1
1. ¿Qué es una Patente?		2
2. Tipos de Protección		3
Patente de invención		3
Patente de modelo de utilidad		3
3. ¿Qué tipos de invenciones pueden ser protegidas?		4
Qué no se considera invenciones y qué no es patentable		4
4. Requisitos para obtener una patente de invención o patente de modelo de utilidad.		6
La novedad		6
El estado de la técnica		6
Nivel inventivo		7
Aplicación industrial		7
5. ¿Cómo solicitar una patente?		8
Recomendaciones antes de presentar una solicitud de patente		8
6. Documentos necesarios para la solicitud de patente		10
1. Petitorio o formulario de solicitud de patentes nacionales		10
2. Documento técnico de la solicitud de patente		10
3. Comprobante de pago		11
4. Otros documentos		12
5. Requisitos mínimos		13
7. Trámite de la solicitud de patente		14
1. Admisión a trámite y otorgamiento de fecha de presentación		14

2. Examen de forma de la solicitud	15
3. Publicación de la solicitud	16
4. Oposición	17
5. Traslado de las oposiciones al solicitante	17
6. Solicitud de examen de patentabilidad	18
7. Examen de patentabilidad	19

II. DISEÑOS INDUSTRIALES

1. ¿Qué es un Diseño Industrial?	22
2. Requisitos para obtener la protección	26
3. ¿Qué derechos le confiere el registro de diseño industrial ?	28
4. Tiempo de protección	28
5. Solicitud de registro de diseño industrial	29
1. Contenido de una solicitud	29
2. ¿Cómo presentar la solicitud?	31

III. DOCUMENTOS DE PATENTE COMO FUENTE DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

1. ¿Por qué usar los documentos de patente como fuente de información tecnológica?	34
2. Ventajas de los documentos de patente	36
3. Datos que se encuentran en la primera página de un documento de patente	37
4. ¿Dónde puedo encontrar la información de los documentos de patente?	39

A) BASES DE DATOS	39
i. Bases de datos de libre uso	40
ii. Bases de Datos Comerciales	41

IV. MARCAS 47

1. ¿Qué es una Marca?	48
2. ¿Cuál es la diferencia de la Marca con otras protecciones?	49
3. ¿Qué es un producto y qué es un servicio?	50
4. Forma de Clasificar un Producto o Servicio en la Clasificación de Niza	51
5. ¿Qué tipos de marcas existen?	52
①. POR LA PERCEPTIBILIDAD DE LOS SENTIDOS	52
a) NOMINATIVAS	53
b) FIGURATIVAS	53
c) MIXTAS	54
d) DE COLOR (DELIMITADAS POR UNA FORMA)	54
②. POR LA FUNCIÓN DEL SIGNO	57
a) COMERCIALES	57
b) COLECTIVAS	57
c) DE CERTIFICACIÓN	58
③. POR SU RECONOCIMIENTO ENTRE EL PÚBLICO	58
a) COMÚN	58
b) NOTORIA	59
6. ¿Cuáles son los principios que guían el derecho de marcas?	61
a) TERRITORIALIDAD	61
b) ESPECIALIDAD	62
7. Pasos para registrar una marca	65

A) ¿QUÉ NO PUEDE CONSTITUIR UNA MARCA DE PRODUCTOS O SERVICIOS?	65
<i>i.</i> Causales absolutas de irreregistrabilidad	65
<i>ii.</i> Causales relativas de irreregistrabilidad	69
B) BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES Y PARECIDOS FONÉTICOS O GRÁFICOS DEL SIGNO	70
C) DILIGENCIAR EL PETITORIO	70
D) ¿DÓNDE DEBE PRESENTARSE LA SOLICITUD?	71
8. Estudio de la solicitud	73
9. Examen de Forma	73
10. Publicación	74
11. Oposiciones	74
12. Estudio de Fondo	76
13. Modificación a la Solicitud	77
14. Protección, duración y renovación del registro	78
A) PROTECCIÓN DEL REGISTRO	78
B) DURACIÓN DEL REGISTRO	78
C) PROCEDIMIENTO DE RENOVACIÓN DEL REGISTRO	79
15. Derechos otorgados con el registro	80
16. Limitaciones al derecho de marca	82
17. Terminación de los derechos	83

V.	
FUENTES Y CRÉDITOS	85

VI. ANEXO	
GUÍA DE BÚSQUEDA GRATUITA DE SIGNOS DISTINTIVOS	89

I.

PATENTE DE INVENCION Y PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD

1.

¿Qué es una Patente?



*7

Una patente es un título de propiedad otorgado por el Estado que da a su titular el derecho a explotar económicamente y de manera exclusiva la invención, por un tiempo determinado, impidiendo así, que terceros la exploten comercialmente sin su consentimiento.

UNA INVENCION ES PRODUCTO DEL INTELECTO HUMANO.

El titular de una patente puede decidir quién puede, o no, utilizar la invención patentada durante el periodo en el que está protegida, puede conceder autorización o una licencia a terceros para utilizar la invención con sujeción a las condiciones establecidas de común acuerdo y puede vender el derecho a la invención a un tercero, que se convertirá en el nuevo titular de la patente.

A cambio de la protección que el Estado concede al titular de la invención, éste debe revelar detalladamente la manera de producirla y utilizarla.

2.

Tipos de Protección

Una invención puede ser protegida a través de una Patente de Invención o una Patente de Modelo de Utilidad.



PATENTE DE INVENCION

Una Patente de Invención protege todo nuevo producto o procedimiento que ofrece una nueva solución técnica a un problema técnico. Al hablar de patentes no hay que pensar que ellas protegen solamente altísima tecnología; cualquier tipo de invención es susceptible de recibir una patente a condición de que reúna los requisitos de patentabilidad, que más adelante se estudiarán.



PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD

La otra forma de proteger una invención es a través de la figura de la Patente de Modelo de Utilidad, que protege toda nueva forma, configuración o disposición de elementos, de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía. Un ejemplo para esta clase de protección puede ser un nuevo instrumento de cocina en donde su estructura fuera parecida a la anteriormente conocida pero a la que se le introdujeran modificaciones funcionales adicionales que faciliten su proceso de operatividad, como un pelador de papas eléctrico.

Las Patentes de Invención se conceden por un tiempo de veinte (20) años y las Patentes de Modelo de Utilidad por un tiempo de diez (10) años, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

TIEMPO DE LAS PATENTES

INVENCION
20 AÑOS

UTILIDAD
10 AÑOS

A partir de la presentación de la solicitud.

3.

¿Qué tipos de invenciones pueden ser protegidas?

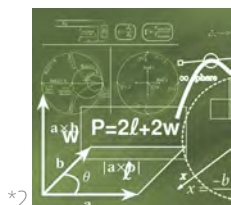
Para que una invención se pueda proteger por vía del sistema de patentes debe cumplir con los requisitos exigidos por la normatividad vigente y además no encontrarse dentro de algunas de las situaciones en las cuales no se permite la protección. Por lo tanto, se debe tener en cuenta aquello que no puede ser objeto de un derecho de patente, tal como se describe a continuación:



QUÉ NO SE CONSIDERA INVENCIONES Y QUÉ NO ES PATENTABLE

No todos los productos o procedimientos se consideran invenciones y no todas las invenciones son patentables.

En Colombia, la legislación contiene una lista de lo que no se considera invención:



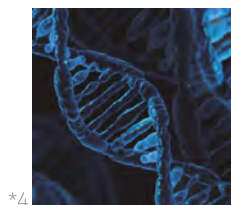
1.

Los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos.



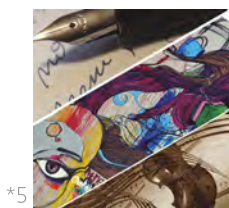
2.

Los seres vivos o una parte de ellos, tal como se encuentran en la naturaleza.



3.

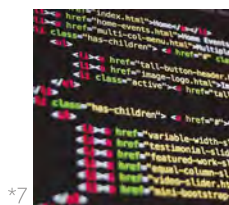
Los procesos biológicos naturales, el material biológico existente en la naturaleza o aquel que pueda ser aislado, inclusive genoma o germoplasma de cualquier ser vivo.



4. Las obras literarias y artísticas protegidas por derecho de autor.



5. Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, juegos o actividades económico-comerciales.



6. Los programas de computador o el soporte lógico como tal.



7. Las formas de presentación de información.

La legislación también contempla ciertas creaciones que aun siendo invenciones, no son patentables:

1. Las invenciones, cuya explotación comercial deba impedirse necesariamente para:
 - ✗ Proteger el orden público, o la moral.
 - ✗ Proteger la salud, o la vida de las personas o de los animales.
 - ✗ Preservar los vegetales.
 - ✗ Evitar daños al medio ambiente.
2. Los métodos terapéuticos o quirúrgicos para el tratamiento de las personas o animales, así como los métodos de diagnóstico aplicados a los seres humanos o animales.
3. Las plantas, los animales, y los procedimientos esencialmente biológicos para la producción de plantas y animales que no sean procedimientos no biológicos o microbiológicos.

4.

Requisitos para obtener una patente de invención o patente de modelo de utilidad.

Para que una invención sea patentable es necesario que cumpla una serie de requisitos.

PATENTE DE INVENCION	PATENTE DE UTILIDAD
Novedad	Novedad
Nivel inventivo	-
Aplicación industrial	Aplicación industrial



LA NOVEDAD

La novedad, significa que la invención no sea conocida previamente a la fecha de radicación, en el ámbito mundial. En otras palabras, una invención se considera nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica antes de la presentación de la solicitud de patente. Si una invención presenta una diferencia técnica con el estado de la técnica cotejado, la invención se consideraría nueva.



EL ESTADO DE LA TÉCNICA

El "estado de la técnica" comprende toda información que se haya hecho accesible al público a través de cualquier medio, ya sea por descripción, escrita u oral, o por utilización o comercialización. O de todas maneras, todo conocimiento aplicado y conocido por las personas en el orden cotidiano de los negocios y la producción del área técnica en cuestión.



NIVEL INVENTIVO

El Nivel Inventivo, hace referencia a que la invención no sea obvia ni se derive del estado de la técnica de una manera evidente para una persona con un conocimiento medio del ámbito técnico de la invención.



APLICACIÓN INDUSTRIAL

Aplicación Industrial, significa que la invención puede ser fabricada o utilizada en cualquier tipo de industria, entendiéndose por industria la referida a cualquier actividad productiva, incluida los servicios.

Cuando una invención como un aparato, mecanismo, dispositivo, etc., se deriva en gran parte del estado de la técnica se puede decir que la invención puede ser objeto de patente de modelo de utilidad.

Una patente de modelo de utilidad protege una invención de menor rango inventivo que una patente de invención.

CUADRO COMPARATIVO

CATEGORÍA	OBJETO DE PROTECCIÓN	DURACIÓN
PATENTE DE INVENCION	Aparatos Compuestos, composiciones y sustancias Procedimientos Sistemas	20 AÑOS
PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD	Aparatos Máquinas	10 AÑOS

5.

¿Cómo solicitar una patente?



RECOMENDACIONES

ANTES DE PRESENTAR UNA SOLICITUD DE PATENTE

Antes de solicitar protección mediante patente de un producto o procedimiento, se debe tener en cuenta:

1.

En primer lugar, **no divulgar los resultados de su invención**, en cualquier forma o medio, con carácter previo al inicio de los procedimientos para la obtención de la patente, con el fin de preservar el requisito de novedad de la invención.

2.

En segundo lugar, **determinar si los resultados de la invención pueden ser objeto de una patente**. Para ello conviene realizar una búsqueda de anterioridades, con el ánimo de encontrar literatura de patentes y publicaciones relacionadas con la invención, de este modo obtener una idea si la misma cumple los requisitos de patentabilidad:

Novedad, ✓ Nivel inventivo ✓ y Aplicación industrial. ✓

Estos documentos pueden servir de base para redactar la solicitud de patente. Se pueden usar bases de datos como las que se muestran en el siguiente cuadro >>>

NOMBRE:

Google Patents

Patentscope

Espacenet

Latipat

Invenes

USPTO

*9

3.

En tercer lugar, **determinar el contenido de la solicitud**. Identificada la invención se debe tener en cuenta que el régimen sobre propiedad industrial establece ciertas reglas y disposiciones para una solicitud de patente, **la invención en la solicitud de patente debe estar descrita de forma clara y completa, de forma que un técnico medio en la materia pueda ponerla en práctica con los datos aportados** en la misma, es decir, la invención debe ser reproducible a partir de su descripción en el documento de patente.

Más adelante se amplía o se proporciona más información sobre el contenido y la estructura adecuados para una solicitud de patente.

Al presentar la solicitud de patente, el solicitante debe cerciorarse de cumplir con los documentos necesarios para la presentación.

El solicitante puede ser una persona natural o jurídica y la solicitud puede ser presentada personalmente o a través de un abogado.

6.

Documentos necesarios para la solicitud de patente



Es necesario dejar en claro que la presentación y la mayoría de trámites relacionados con la obtención de una patente de invención o de modelo de utilidad pueden ser realizados en línea a través de la OFICINA VIRTUAL de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Para la presentación de una solicitud de patente hay que aportar una serie de documentos, indicados de forma general en la normativa de patentes:

1. PETITORIO O FORMULARIO DE SOLICITUD DE PATENTES NACIONALES:

Mediante el cual se solicita formalmente la patente, en la que se hacen constar:



- ✓ Los datos de identificación del solicitante,
- ✓ Inventor,
- ✓ Apoderado o representante legal (si es el caso),
- ✓ Título o nombre de la invención

2. DOCUMENTO TÉCNICO DE LA SOLICITUD DE PATENTE:

Es el documento donde el inventor describe de una manera detallada la invención, siguiendo la siguiente estructura:

- ✓ Descripción en donde se deberá divulgar la invención de manera suficientemente clara y completa para su comprensión y para que una persona capacitada en la materia técnica correspondiente pueda ejecutarla. La descripción de la invención indicará el nombre de la invención e incluirá la siguiente información:

- a) El **sector tecnológico** al que se refiere o al cual se aplica la invención;
- b) La **tecnología anterior conocida** por el solicitante que fuese útil para la comprensión y el examen de la invención, y las referencias a los documentos y publicaciones anteriores relativas a dicha tecnología;
- c) Una **descripción de la invención en términos que permitan la comprensión del problema técnico y de la solución aportada** por la invención, exponiendo las diferencias y eventuales ventajas con respecto a la tecnología anterior;
- d) Una **reseña sobre los dibujos**, cuando los hubiera;
- e) Una **descripción** de la mejor manera conocida por el solicitante **para ejecutar o llevar a la práctica la invención**, utilizando ejemplos y referencias a los dibujos, de ser éstos pertinentes;
- f) Una **indicación de la manera en que la invención satisface la condición de ser susceptible de aplicación industrial**, si ello no fuese evidente de la descripción o de la naturaleza de la invención.

✓ **REIVINDICACIONES**, una o varias que definan la materia que se desea proteger. Las reivindicaciones son las **características técnicas novedosas de la invención**, para las cuales se reclama la protección legal mediante la patente.

✓ **DIBUJOS O FIGURAS** cuando fuese necesario para comprender la invención.

✓ **RESUMEN**, síntesis de la divulgación técnica contenida en la solicitud de patente. El resumen servirá sólo para fines de información técnica y no tendrá efecto alguno para interpretar el alcance de la protección solicitada.

3.



Comprobante de pago correspondiente a la tasa establecida por la presentación de la solicitud.

NOTA: Cuando la solicitud se realice a través del SIPI, el pago se efectuará de forma electrónica, por lo cual bastará con el registro automático que realiza el sistema y no será necesario adjuntar documento adicional.

4. OTROS DOCUMENTOS EN CASO DE QUE SE REQUIERA, SE DEBE ADJUNTAR:

- ✓ **PODERES**, la solicitud puede ser presentada directamente por el interesado, pero si decide actuar por intermedio de un abogado debe otorgarse un poder para el trámite; señalando en el petitorio los datos del abogado.
- ✓ **SI LA SOLICITUD LA HACE UNA EMPRESA**, no se necesita el documento de existencia y representación legal de la persona jurídica, toda vez **que la Superintendencia puede consultar los documentos que necesite en la Cámara de Comercio**, salvo duda razonable sobre la veracidad de cualquier indicación o elemento contenido en la solicitud.
- ✓ **DOCUMENTO DE CESIÓN de derechos del inventor al solicitante o a su causante, solo para los casos en que el inventor sea diferente al solicitante.** Cuando el solicitante es diferente al inventor debe anexarse el documento en el que conste la cesión del derecho a la patente del inventor al solicitante. Si son varios los inventores debe ir la cesión de cada uno de ellos al solicitante o si son varios los solicitantes debe ir el documento de cesión de inventor/es a cada uno de los solicitantes.
- ✓ **SI SE REIVINDICA PRIORIDAD EXTRANJERA**, se debe hacer la declaración, presentar la documentación pertinente y pagar la respectiva tasa oficial.
- ✓ **COPIA DEL CONTRATO DE ACCESO**, cuando los productos o procedimientos cuya patente se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de **recursos genéticos** o de sus productos derivados.
- ✓ Copia del documento que acredite la **AUTORIZACIÓN DE USO DE CONOCIMIENTOS TRADICIONALES**, cuando los productos o procedimientos cuya patente se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de **conocimientos de las comunidades indígenas, afroamericanas o locales**.
- ✓ **CERTIFICADO DE DEPÓSITO DEL MATERIAL BIOLÓGICO**, expedido por una institución de depósito internacional de microorganismos o ante otra institución reconocida por la oficina nacional. Cuando la invención se refiera a un producto o procedimiento relativo a un **material biológico** y la invención no pueda describirse de manera que pueda ser comprendida y ejecutada por una persona capacitada en la materia técnica, la descripción deberá completarse con un depósito de dicho material.

5. REQUISITOS MÍNIMOS

Para que una solicitud de patente sea admitida a trámite y se le asigne fecha de presentación debe contener los siguientes requisitos mínimos:

- a) Indicación de que solicita la concesión de una patente, así como los datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud, o que permita a la SIC comunicarse con esa persona (petitorio).
- b) La descripción de la invención.
- c) Los dibujos, de ser estos pertinentes.
- d) Pago de las tasas establecidas.

La ausencia de alguno de los requisitos enumerados, ocasionará que la solicitud sea considerada por la Superintendencia de Industria y Comercio como no admitida a trámite y no se le asignará fecha de presentación.

7.

Trámite de la solicitud de patente



El procedimiento de concesión de una solicitud de patente está sometido a una serie de requisitos formales de presentación, técnicos, plazos para los distintos trámites, publicación en la gaceta oficial, pago de tasas, etc. Por esto, el solicitante requiere tener un cierto conocimiento práctico de las normas legales vigentes y hacer un cuidadoso seguimiento del trámite, para no incumplir los plazos previstos.



1. ADMISIÓN A TRÁMITE Y OTORGAMIENTO DE FECHA DE PRESENTACIÓN

La solicitud se debe presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Si cumple con los requisitos mínimos exigidos para que sea admitida a trámite se le asignará la fecha de presentación y el número de radicación mediante el cual se podrá identificar la solicitud.

Si no cumple con los requisitos mínimos la solicitud no será admitida. Solo cuando la solicitud cumpla con los requisitos mínimos se le asignará fecha de presentación y se podrá iniciar el trámite de la solicitud.

REQUISITOS MÍNIMOS

para ser admitida a trámite y obtener la fecha de presentación de la solicitud

- ✓ Petitorio que indique que se solicita la concesión de una patente.
- ✓ Identificación del solicitante y datos que hagan posible que la Superintendencia de Industria y Comercio se comuniquen con él.
- ✓ La descripción de la invención.
- ✓ Los dibujos, de ser éstos pertinentes.
- ✓ Comprobante de pago de las tasas establecidas.

Recuerde que el número de radicación es importante cuando se quiera obtener la información del trámite que cursa ante la entidad.

2. EXAMEN DE FORMA DE LA SOLICITUD

Después de que ha sido admitida la solicitud de patente a trámite, la entidad examina si la solicitud cumple con los requisitos de forma establecidos en la legislación.

Si no cumple con los requisitos de forma, se requerirá al solicitante y se le informará mediante una notificación al correo electrónico del solicitante, para que complete la solicitud.

El solicitante podrá complementar su solicitud dentro de los dos meses siguientes a la fecha de notificación (ver cuadro); este plazo puede ser prorrogado por una vez y por el mismo período si el solicitante lo requiere. La prórroga debe solicitarse de manera escrita en cualquier momento antes del vencimiento del término que se desea prorrogar y debe anexar el comprobante de pago de la tasa establecida.

PERIODO DE TIEMPO PARA RESPONDER EL REQUERIMIENTO



Si dentro de los plazos el solicitante no completa los requisitos, la solicitud se considera abandonada y pierde su fecha de presentación.

Si la solicitud cumple con todos los requisitos, se envía a PUBLICACIÓN.

Las notificaciones respecto de las solicitudes de patente se realizarán a través de correo electrónico y, en todo caso, se podrá consultar el estado del trámite en la plataforma del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI) ingresando las credenciales correspondientes al sitio <http://sipi.sic.gov.co>.

3. PUBLICACIÓN DE LA SOLICITUD



La solicitud se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial a los 18 meses para patentes de invención y 12 meses para patentes de modelo de utilidad, contados a partir de la fecha de presentación o cuando sea el caso, desde la fecha de prioridad invocada, una vez superados los requisitos de examen de forma.

PUBLICACIÓN	TÉRMINO
PATENTE DE INVENCION	18 meses desde la fecha de presentación
PATENTE DE MODELO DE UTILIDAD	12 meses desde la fecha de presentación

Si el solicitante desea que la solicitud sea publicada en una fecha anterior se debe indicar el tiempo en el petitorio.

Una solicitud de patente no podrá ser consultada por terceros antes de la publicación, salvo que medie consentimiento escrito por parte del solicitante. Se entenderá que el expediente tendrá carácter público una vez transcurrido dicho plazo.

4. OPOSICIÓN

Terceros interesados pueden presentar oposición para desvirtuar la patentabilidad de la invención

60 días
PLAZO

La publicación se realiza con el objeto de que terceras personas conozcan la solicitud de patente, para que "quien tenga legítimo interés, presente por una sola vez oposición fundamentada que pueda desvirtuar la patentabilidad de la invención".

Se da un plazo de 60 días siguientes a la fecha de publicación, para que terceras personas presenten las oposiciones; cualquier tercero que considere que tiene derecho a oponerse podrá dentro de este plazo presentar la oposición, la cual debe estar sustentada debidamente y tendrá derecho, si lo estima conveniente, a solicitar la prórroga de dicho término (pagando la tasa oficial respectiva) por otros 60 días para sustentar la oposición.

5. TRASLADO DE LAS OPOSICIONES AL SOLICITANTE

Si se presenta oposición a la solicitud de patente, la Superintendencia de Industria y Comercio notificará al solicitante para que conteste la oposición, presente documentos o redacte nuevamente las reivindicaciones, o la descripción, si lo estima conveniente. El solicitante tiene un plazo de 60 días siguientes a la fecha de notificación para dar respuesta a la oposición, prorrogable por otro período igual.

OPONENTE

PATENTE DE
INVENCION

60 días siguientes
a la publicación

60 días de
plazo adicional

PATENTE DE
MODELO DE
UTILIDAD

30 días siguientes
a la publicación

30 días de
plazo adicional



6. SOLICITUD DE EXAMEN DE PATENTABILIDAD

Una vez haya sido publicada la solicitud de patente en la Gaceta de Propiedad Industrial, el solicitante debe pedir la realización del examen de patentabilidad.

Para solicitar este examen se tiene un plazo de 6 meses, contados a partir de la fecha de publicación si se trata de una solicitud de Patente de Invención y 3 meses si se trata de una solicitud de Patente de Modelo de Utilidad.

TÉRMINOS PARA SOLICITAR EL EXAMEN DE PATENTABILIDAD



- ✓ La solicitud de examen de patentabilidad se debe hacer por escrito dentro del plazo previsto, y se debe cancelar la tasa correspondiente.
- ✓ El recibo de pago se debe anexar a la solicitud de examen en el momento de su presentación.
- ✓ Si no cumple con estos requisitos la solicitud se considerará ABANDONADA.

7. EXAMEN DE PATENTABILIDAD

La Superintendencia de Industria y Comercio examinará si la invención es patentable. Si encuentra que la invención no es patentable o no cumple con alguno de los requisitos establecidos para la concesión de la patente se requerirá al solicitante. De ser necesario, de manera excepcional se requerirá nuevamente y por una sola vez al solicitante para que exponga sus argumentos.

La notificación del requerimiento se realizará a través de correo electrónico y, en todo caso, se podrá consultar el estado del trámite en la plataforma del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI) ingresando las credenciales correspondientes.

El solicitante tiene un plazo de tiempo (ver cuadro) a partir de la fecha de notificación, para dar respuesta al requerimiento. Este plazo puede ser prorrogado por una sola vez.



Si no hay respuesta al requerimiento dentro del plazo establecido, o si a pesar de la respuesta subsisten los impedimentos para la concesión, la Superintendencia de Industria y Comercio denegará la patente.

Si hay respuesta al requerimiento dentro del plazo establecido, la solicitud será sometida a un examen definitivo. En este se evaluará la respuesta y los argumentos que el solicitante presenta (documentos, nuevas reivindicaciones o descripción, etc.)

Si el examen definitivo es favorable, se concede la patente.

Para las Patentes de Invención, si el solicitante no está de acuerdo con la decisión definitiva adoptada por la Superintendencia de Industria y Comercio, tiene derecho a interponer un recurso de reposición dentro de los diez días hábiles siguientes a la notificación. El recurso debe presentarse ante la Superintendencia de Industria y Comercio y es importante tener en cuenta que no se necesita de presentación personal. Para las Patentes de Invención se cuenta con la posibilidad de presentar un recurso de reposición más no de apelación. ***Por su parte, para las patentes de Modelo de Utilidad, procede solo el recurso de apelación.***

II. DISEÑOS INDUSTRIALES

1.

¿Qué es un Diseño Industrial?



*10



Es toda forma externa o apariencia estética de productos decorativos y/o funcionales, bidimensionales o tridimensionales, que sirven de patrón para su producción en la industria, manufactura o artesanía con características especiales de forma que le dan valor agregado al producto y generan diferenciación y variedad en el mercado.

La mayoría de los productos que se encuentran en el mercado tienen formas estéticas atractivas. En el momento que se quiere entrar a competir con un producto de igual calidad, precio similar y que presta una misma función, juega un papel muy importante la FORMA o diseño del producto, como también el empaque o embalaje del mismo.

Al igual que en las otras modalidades de protección, se reconoce el esfuerzo intelectual y económico que tiene que realizar el diseñador otorgándole una protección a su creación.

Antes de solicitar este tipo de protección es necesario conocer ciertos aspectos importantes:

- a)** El diseño siempre se incorpora a un producto o artículo, que va a servir de patrón para fabricarlo a escala; de ahí la razón por la cual este derecho de propiedad industrial se denomina Diseño Industrial.



*11

- b)** El Diseño Industrial tiene como finalidad darle un aspecto especial al producto, de manera tal que lo haga agradable a la vista y por lo tanto más llamativo al consumidor, lo que muy seguramente hará que aumente su demanda como su valor comercial, además de crear diferenciación en el mercado, respecto al mismo tipo de productos.



*12

- c)** El diseño puede ser una forma bidimensional, es decir que solo posee largo y ancho, como cualquier dibujo resultante de la combinación de líneas, colores, o forma de la superficie de un material, como por ejemplo las figuras características en alfombras o tapices o, la configuración de una tela.

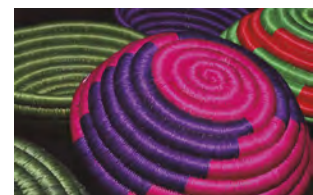


*13

- d)** El diseño puede también ser tridimensional o lo que es igual, ocupa un lugar en el espacio, porque además de largo y ancho, posee profundidad, característica apreciable en todo tipo de objeto, tales como recipientes, relojes, joyas, electrodomésticos, aparatos eléctricos, vehículos, estructuras arquitectónicas, etc. Estas características de forma son las que le darán la apariencia al objeto. Como se puede observar, los Diseños Industriales se aplican a una amplia variedad de productos de la industria y de la artesanía.



*14



*15

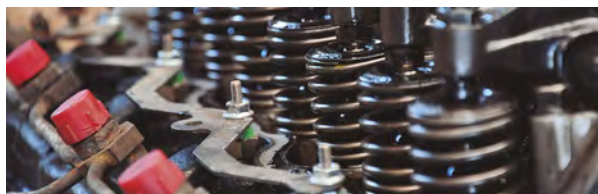
Cuando se crea un diseño es necesario tener en cuenta que para ser protegido como Diseño Industrial debe ser perceptible a la vista, es decir, que el diseño se encuentre incorporado en una parte visible del objeto. Por ejemplo la forma externa de un vehículo con respecto a la configuración de alguna parte mecánica interna:



*16

La protección se concede en este caso para la forma externa o carrocería del automotor, visible durante su uso.

En sentido contrario, alguna parte mecánica interna no podría ser objeto de protección, ya que no es visible en su uso.



*17

Si se trata de objetos o artículos que pueden tomar varias formas durante su uso normal, como por ejemplo el diseño de una silla reclinable o una cama de hospital que adopte diferentes posturas, se debe tener en cuenta que al momento de solicitar la protección como Diseño Industrial, se debe hacer sobre una de las formas que ésta adquiere, la forma más relevante, como se ofrecerá para su comercialización o una solicitud por cada forma que adopte.



*18

Es fundamental tener claridad acerca de que el diseño industrial tiene un carácter estético, es decir, se protege el aspecto del producto o su empaque y NO protege las características técnicas o funcionales del artículo que es objeto de la solicitud.

De acuerdo con lo anterior,

el carácter de un Diseño Industrial es esencialmente estético y la legislación no protege ninguno de los rasgos técnicos del artículo al que se aplica.

Si lo importante, por ejemplo, en el caso de la silla, es el mecanismo que hace que ésta tome diferentes posiciones, más que la forma, se debería pensar en proteger este mecanismo por medio de Patente de Modelo de Utilidad o Patente de Invención según el grado de actividad inventiva que tenga.



Si se observa el recipiente de la figura, su forma está determinada por una serie de canales dispuestos a su alrededor y alguna zona en relieve, de lo cual podría pensarse dos cosas: la primera, si esos canales y/o relieve fueron dispuestos para darle un atractivo al recipiente o la segunda, estos canales y relieve están dispuestos con el fin de dar más resistencia al recipiente, para evitar que se resbale en el momento de manipularse, o se han dispuesto porque de esta manera se puede usar menos material para su manufactura, con el fin de bajar costos, sin que el recipiente pierda sus propiedades de resistencia y estabilidad.

Si realmente, es sólo su presentación estética puede ser un Diseño Industrial, pero si las variables son técnicas, podría ser objeto de Patente o ser objeto de ambas protecciones.

Es importante recordar que la forma no debe estar determinada por la naturaleza del producto o por su funcionalidad. En la modalidad de Diseño se protege la forma externa del recipiente sin importar el efecto técnico que tienen los canales o pliegues y podrá solicitarse su registro siempre y cuando el elemento de forma sea separable del objeto técnico producido por la invención¹ y como Patente se caracteriza el recipiente por los efectos técnicos que ofrecen dichos canales.

Las dos protecciones se pueden solicitar paralelamente, pero a través de distintas solicitudes.

1. Se puede considerar que un elemento es separable cuando al darle múltiples formas al producto sigue cumpliendo con la función técnica para la cual fue creada. Manual sobre Diseños Industriales. Superintendencia de Industria y Comercio. Bogotá 2012.

2.

Requisitos para obtener la protección

El requisito principal para que se conceda protección a un Diseño Industrial es que sea novedoso, es decir, que no se hubiera hecho accesible al público en ningún lugar del mundo, por ningún medio (revistas, periódicos, catálogos, folletos, sitios web, etc.), antes de solicitar su protección, por lo que se debe evitar comercializarlo o exponerlo con anterioridad a la presentación de la solicitud.

Es importante tener en cuenta que de acuerdo a la legislación vigente, si el solicitante hace público su diseño antes de presentar la solicitud, cuenta con una figura llamada el plazo de gracia, consistente en que cualquier divulgación realizada por el mismo solicitante en el año anterior a la fecha de presentación de la solicitud, no afectará la novedad del diseño.

En virtud de lo anterior, es importante realizar una búsqueda con el fin de establecer si existen diseños previos iguales o similares que puedan generar confusión en el público consumidor afectando así la novedad de la solicitud.



PARA TENER EN CUENTA

LA CONDICIÓN ESENCIAL DEL DISEÑO INDUSTRIAL ES LA NOVEDAD:

Un diseño es nuevo cuando no se hubiese hecho accesible al público, a la fecha de la solicitud o de la prioridad válidamente invocada. Adicionalmente, un diseño no se considera nuevo si las diferencias con los artículos u objetos existentes, no son lo suficientemente relevantes como para distinguirlos frente a otros y generan confusión a un consumidor informado; es lo que se denomina diferencias secundarias.

La novedad es un concepto universal, es decir se evalúa con respecto a las creaciones previas a nivel mundial.

Al observar las tijeras de las siguientes figuras, se puede notar que las diferencias entre ellas se consideran secundarias, en este caso, se modifica ligeramente la punta, dándole un poco más de curvatura, hecho que no puede ser considerado relevante ni sustancial para verificar la novedad, pues salvo esta pequeña variación, **LAS TIJERAS SE PERCIBEN IGUALES.**



Si el diseño se realizó en conjunto con otras personas, el derecho al registro corresponde a todas, pero si el mismo diseño se realizó en forma independiente, se concede a aquél que primero presente la solicitud correspondiente.

Dentro de esta modalidad existen también, al igual que en las patentes, algunos productos que no gozarán de la protección otorgada por el Diseño Industrial.

Quedan entonces excluidos de protección aquellos diseños:

- ✓ Cuya apariencia estuviese dictada enteramente por consideraciones de orden técnico o por la realización de una función técnica, que no incorpore ningún aporte arbitrario del diseñador.
- ✓ Cuya explotación comercial deba impedirse necesariamente para proteger a la moral o al orden público.
- ✓ Que consista en formas técnicamente diseñadas que necesiten exactamente de esa configuración para montar o ensamblar mecánicamente un producto (ej. Chasis) o ensamblarlo a otro (ej. Tornillo), es decir que al cambiar su forma no permitiría cumplir con su función. Esta prohibición no aplica para formas que se utilicen para un montaje de varios productos a la vez o que permitan una conexión modular.

Antes de realizar la solicitud de registro de diseño industrial, es recomendable realizar una búsqueda de antecedentes de diseños, para evaluar si el diseño del cual se pretende el registro o alguno similar ha sido previamente publicado. Al respecto, la Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con una herramienta para la realización de búsquedas, que consiste en una base de datos de diseños que han sido solicitados ante la entidad, a la cual puede accederse en su página web <http://sipi.sic.gov.co>.

3.

¿Qué derechos le confiere el registro de diseño industrial ?

Con el registro de Diseño Industrial se puede impedir que terceras personas exploten un diseño protegido, es decir, se puede actuar contra toda persona que sin consentimiento del titular fabrique, importe, ofrezca, introduzca en el mercado o utilice comercialmente productos que incorporen o reproduzcan la forma del objeto protegido, e incluso contra aquellas personas que produzcan o comercialicen un producto cuyo diseño solo presente diferencias secundarias con respecto al diseño protegido o cuya apariencia sea igual a ésta.

4.

Tiempo de protección

El registro de diseño industrial contempla una duración de diez (10) años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. No existe renovación ni prórroga.



5.

Solicitud de registro de diseño industrial

Es importante que se conozcan las formalidades que debe cumplir la solicitud para obtener el registro de Diseño Industrial.



1. CONTENIDO DE UNA SOLICITUD

- ✓ Petitorio.
- ✓ Representación gráfica o fotográfica del Diseño Industrial. Si se trata de un diseño tridimensional anexar las vistas ortogonales (superior, inferior, frontal, posterior, lateral derecha e izquierda) y una perspectiva o isometría. Si es un diseño bidimensional se debe incluir el dibujo necesario para mostrar lo que se desea proteger, la representación podrá sustituirse con una muestra del producto que incorpora el diseño.
- ✓ Poderes que fueren necesarios.
- ✓ Comprobante de pago de las tasas establecidas.
- ✓ De ser el caso, la copia del documento en el que conste la cesión del derecho al registro de diseño industrial al solicitante.
- ✓ De ser el caso, la copia de toda solicitud de registro de diseño industrial u otro título de protección que se hubiese presentado u obtenido en el extranjero por el mismo solicitante para el mismo diseño, o lo que es igual a una REIVINDICACIÓN DE PRIORIDAD, que consiste en hacer valer la fecha obtenida en el país en que se haya presentado inicialmente, pero con la condición de no sobrepasar los seis (6) meses calendario entre la presentación inicial y la radicación en esta oficina.

Por ejemplo, si se solicita un diseño industrial en Estados Unidos, el solicitante cuenta con seis meses para radicar la solicitud en la oficina colombiana adjuntando los documentos que demuestren la fecha de presentación de la solicitud en la oficina de Estados Unidos, a fin de que sea respetada en Colombia la fecha de presentación en dicha oficina.



RECUERDE:

- ✓ El petitorio debe contener los datos necesarios para identificar al solicitante, diseñador, apoderado o representante legal, si es el caso.
- ✓ Debe ir firmado por el solicitante o su representante.
- ✓ El diseñador es siempre una persona natural; nunca puede ser una persona jurídica.
- ✓ Si el diseñador es una persona diferente al solicitante, debe existir un documento de cesión de los derechos del diseñador al solicitante.
- ✓ Debe indicar el tipo o género de productos a los cuales se le aplicará el diseño, y el título del diseño, éste debe ser el nombre genérico del producto, por ejemplo: “envase”.



PARA TENER EN CUENTA.

DIBUJOS:

- ✓ No deben incluirse figuras o dibujos que no correspondan al diseño que se quiere proteger.
- ✓ Según el caso, se pueden emplear dos tipos de líneas: la continua, para dibujar aristas vistas y contornos vistos y la punteada para aristas ocultas y contornos ocultos; lo que se representa en línea punteada serán las formas que se encuentren ocultas en cualquiera de las proyecciones.
- ✓ El uso de la línea punteada también puede hacerse a título ilustrativo para indicar un objeto para el cual no se solicita protección, siempre y cuando el diseño solicitado sea una parte del objeto mencionado y quiera indicar la ubicación y disposición del mismo dentro del elemento del cual hace parte; para efectos de su interpretación el diseño solicitado se dibujará en línea continua. La figura o figuras que muestren la línea punteada no se tendrán en cuenta para el estudio y decisión de la solicitud y solamente se entenderán como ilustrativas. Los dibujos no deben ser realizados a mano alzada.
- ✓ No deben incluir textos o letreros.
- ✓ Los dibujos deben adoptar las convenciones usuales para el dibujo técnico.
- ✓ Cada vista se realiza con tinta negra indeleble, numeradas individual y consecutivamente (Fig. 1, Fig. 2, etc.).
- ✓ Si se presentan en papel, deben estar por una sola cara, sin la inclusión de marcos en su contorno.

2. ¿CÓMO PRESENTAR LA SOLICITUD?

Una vez se tengan todos los documentos y representaciones gráficas necesarias se debe acudir a la Superintendencia de Industria y Comercio, entidad encargada de tramitar y decidir sobre el asunto.

Es imprescindible adquirir la fecha de presentación, ya que ésta es muy importante, pues se debe recordar que el primero que la presenta es a quien le corresponde el derecho, claro está, si cumple con los requisitos establecidos. De esta manera, la fecha de presentación es decisiva para fijar tanto la fecha de prelación del derecho como la duración del plazo de protección.

Esta fecha de presentación se puede adquirir cumpliendo con ciertos requisitos mínimos, ya que en ausencia de alguno de ellos, la solicitud no es admitida a trámite por lo que no se le asigna la fecha de presentación mencionada.

DOCUMENTOS MÍNIMOS PARA LA ASIGNACIÓN DE FECHA PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD

- ✓ Indicación de que se solicita el registro de diseño industrial.
- ✓ Datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud y que hagan posible que la SIC se comunique con él.
- ✓ Representación gráfica o fotográfica del diseño industrial cuyo registro se solicita.
- ✓ El comprobante de pago de las tasas establecidas para el trámite.

NOTA: Los demás documentos, tales como los poderes que fueren necesarios, de ser el caso el documento de cesión del derecho al registro del diseñador al solicitante y el documento de prioridad, pueden ser presentados después sin que afecte la fecha de presentación. No obstante, se sugiere presentar los documentos completos de la solicitud, para evitar demoras en su estudio al ser objeto de requerimientos por parte de la Entidad.

III.

DOCUMENTOS DE PATENTE COMO FUENTE DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

En esta guía se podrá conocer cómo los documentos de patente constituyen una fuente importante de información tecnológica.

Cuando una persona ha realizado una invención, lo más conveniente es protegerla obteniendo un derecho de Propiedad Industrial. Los documentos de patente de invención o modelo de utilidad, pueden servir como punto de partida para nuevas invenciones o para utilizarlas cuando estén en dominio público. En otras palabras, Las patentes de invención y las patentes de modelo de utilidad cumplen una doble función:

- ✓ Protegen la invención
- ✓ Sirven como fuente de información tecnológica

1.

¿Por qué usar los documentos de patente como fuente de información tecnológica?



*19

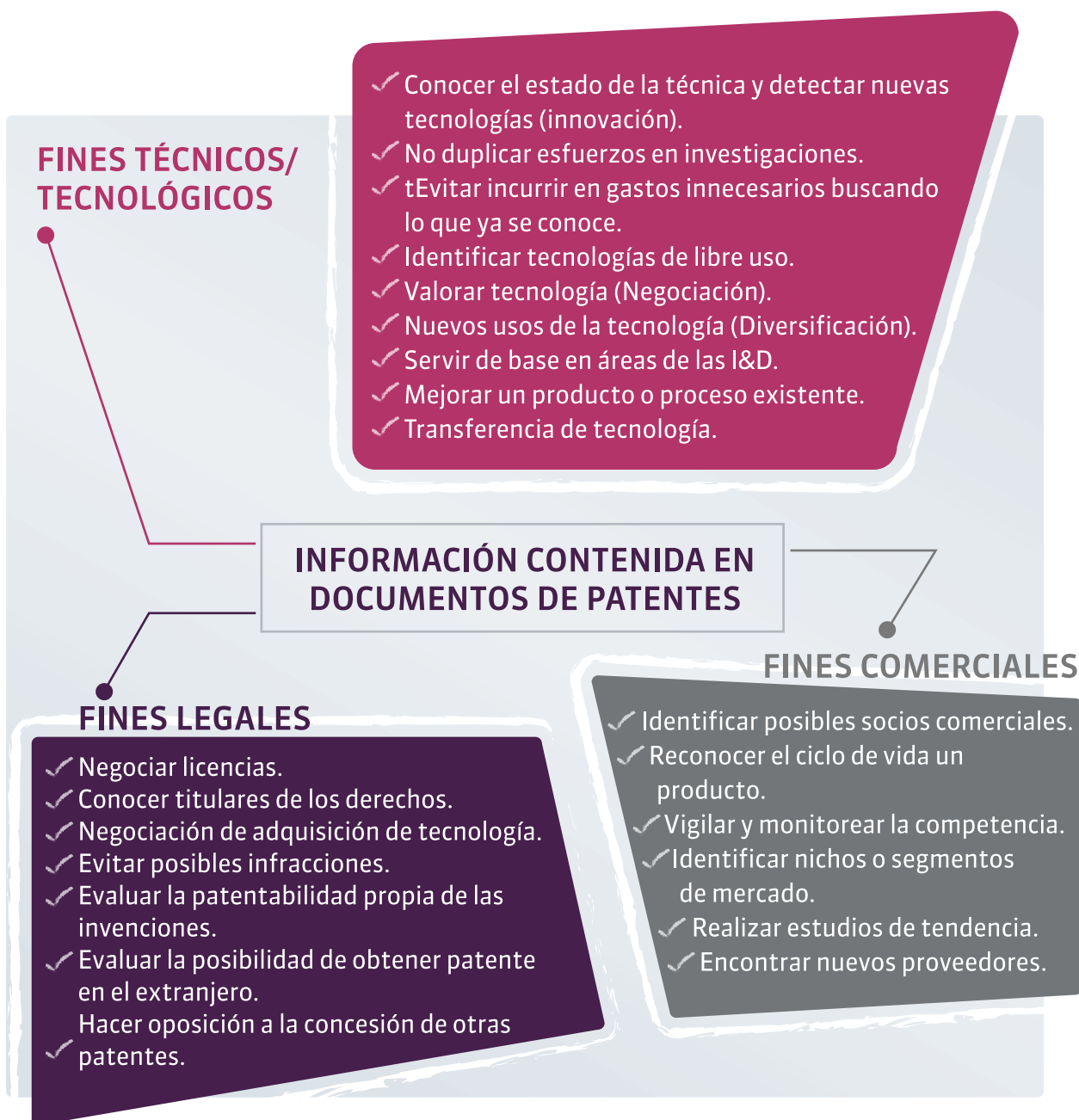
Los documentos de patente, en términos generales, divulgan la información tecnológica al describir las invenciones conforme a los requisitos de la legislación sobre patentes.

Estos documentos son fuente de información no solamente sobre lo nuevo (la invención), sino también sobre lo que ya se conoce (el estado de la técnica) y en muchos casos se hace en ellos una historia sumaria de los avances tecnológicos conseguidos en el sector al que se refieren.

La utilización de esta información evita que las empresas, centros de investigación e inventores independientes dupliquen esfuerzos e inversiones en encontrar soluciones ya existentes a problemas técnicos. Así mismo, el usuario de esta información puede establecer si dichas innovaciones son útiles para mejorar su producción y definir si es posible la incorporación de estas nuevas tecnologías en su empresa. De igual manera, si la tecnología que se desea emplear goza del privilegio de exclusividad, el solicitante puede identificar rápidamente quien es el titular del derecho para conseguir licencia de uso de la invención.

También es de gran utilidad para el inventor, ya que sirve para determinar la línea tecnológica o la actividad realizada en determinado campo de la tecnología, las empresas interesadas en determinada tecnología, sus diferentes aplicaciones y su potencial económico (por ejemplo al ver la importancia de la invención en la empresa).

Los documentos de patente pueden proporcionar información tecnológica, de mercado y legal (ver siguiente cuadro).



2.

Ventajas de los Documentos de Patente

- ✓ Información actualizada
- ✓ Estructura normalizada
- ✓ Clasificados internacionalmente
- ✓ Todos los sectores de la tecnología
- ✓ No se difunde por otros medios
- ✓ Divulga la utilidad práctica
- ✓ Permite evaluar la edad de la tecnología

Para obtener una protección de patente, las invenciones deben ser descritas en forma suficientemente clara y completa de forma que una persona conocedora del tema pueda comprenderla y llegar a ejecutarla. Un documento de patente indica los antecedentes de la invención, es decir, lo que se conocía antes de que ésta fuera creada (estado de la técnica) y establece la diferencia entre la tecnología anterior y lo que la invención aporta como nuevo y como avance.

Para entender más sobre la invención, el documento de patente debe hacer referencia a la mejor manera de realizarla.

3.

Datos Que se Encuentran en la Primera Página de un Documento de Patente

a) CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PATENTES (IPC):

Mecanismo establecido para permitir la fácil recuperación de la información contenida en los documentos de patente. Estos códigos son asignados por las oficinas y definen el sector técnico al que pertenece la invención haciendo de esta manera los documentos de patente de fácil acceso.

b) IDENTIFICACIÓN DEL SOLICITANTE Y DEL INVENTOR:

Datos muy importantes desde el punto de vista comercial. Con ella se puede localizar las posibles fuentes de la tecnología, las condiciones para una posible licencia, el seguimiento a las actividades de una empresa, el entorno competitivo, etc.

c) FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD Y DE LA PUBLICACIÓN:

La primera de gran importancia jurídica, ya que con ella se adquiere el derecho de prioridad y se delimita el estado de la técnica. Con la segunda, se está demostrando cuándo se hizo accesible al público y de esta manera poder evitar que se concedan otros derechos a invenciones similares. Con las fechas se puede conocer qué tan antigua es la invención y si todavía está vigente la protección. Si esta protección ha prescrito, dicha invención puede emplearse sin consentimiento del titular.

Es preciso aclarar que al hablar de la figura de la prioridad, en materia de diseños industriales el término es de 6 meses, mientras en las patentes dicho término es de 12 meses.



d) TÍTULO DE LA INVENCION:

Refleja de manera adecuada el objeto y el campo industrial con el que se relaciona la invención, es de una extensión limitada y precisa.

e) RESUMEN:

Se encuentra un texto que sintetiza la solución al problema técnico que se presente con el objeto de la invención.

f) DIBUJO CARACTERÍSTICO:

Muchas solicitudes cuentan con una representación gráfica del objeto de la invención que permite obtener una mayor comprensión del objeto de la patente.

4.

¿Dónde Puedo Encontrar la Información de los Documentos de Patente?

A) BASES DE DATOS

La mayoría de las personas piensan que sólo las grandes empresas con departamentos sofisticados de investigación y desarrollo pueden tener acceso a la última información tecnológica existente. Sin embargo, la información de patentes que cubre todos los campos de la tecnología, desde los más grandes y pequeños, hasta los más complejos y sencillos, está disponible al público, en la mayoría de los países, a partir de los 18 meses de haberse presentado la solicitud.

La publicación de los documentos de patentes está a cargo de las oficinas de propiedad industrial, quienes la efectúan a través de unas publicaciones conocidas como "Gacetas", en Internet o discos magnéticos. Es decir que se puede acceder a los datos relativos a las patentes en forma de texto y de imágenes a través de Internet. Desde un computador, con conexión a Internet, se puede consultar el texto completo de los documentos de patentes publicados en bases de datos de libre uso o gratuitas y comerciales.

¿Qué puede hacer con la Información de Patente?...

- ✓ Conocer el Estado de la Técnica.
- ✓ Conocer información sobre los últimos desarrollos.
- ✓ Conocer quien ha solicitado patente para una Invención determinada.
- ✓ Conocer sobre invenciones relacionadas con la conocida por usted.
- ✓ Conocer los Desarrollos Tecnológicos de competidores.

Los instructivos para realizar las búsquedas a nivel nacional e internacional se pueden encontrar en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

*i. Bases de datos de libre uso***a) Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos de América (USPTO):**

- ✓ Permite buscar patentes otorgadas y solicitudes de patentes norteamericanas.
- ✓ Contiene patentes desde 1790.
- ✓ Estructurada de acuerdo a la clasificación estadounidense de patentes.

<http://www.uspto.gov/patft>

b) Oficina Europea de Patentes con Espacenet:

- ✓ Contiene documentos de patentes de las principales oficinas del mundo.
- ✓ Contiene información desde 1836.

<http://espacenet.com>

c) Documentos de Patente de Latinoamérica con LATIPAT:

- ✓ Información de patentes publicadas de los países de Latinoamérica.

<http://lp.espacenet.com>

d) Oficina Española de Patentes y Marcas OEPM:

- ✓ Permite buscar documentos de patente y diseños de España.

<http://www.oepm.es>

e) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) con PATENTSCOPE:

- ✓ Permite buscar solicitudes internacionales (PCT).
- ✓ Contiene información desde 1978.

<http://www.wipo.int/patentscope>

f) Google Patents:

- ✓ Motor de búsqueda de patentes de la empresa Google.
- ✓ Indexa patentes y solicitudes de las tres principales oficinas de patentes a nivel mundial (USPTO, la Oficina de Patentes Europea y la OMPI) en una sola base de datos.

<http://www.google.com/patents>

El listado de Bases de Datos de los diferentes países se puede encontrar en: <http://www.wipo.int/ipdl/es/resources/links.jsp>

ii. Bases de Datos Comerciales

a) Thomson Reuters®: Ofrece diferentes productos de búsqueda de patentes y de contenido científico.

- ✓ Derwent World Patents Index®
- ✓ Delphion®
- ✓ Dialog®
- ✓ Micropatent®

b) PatentCafe®: Tecnología avanzada para la búsqueda de patentes análisis y soluciones del manejo de la Propiedad Intelectual

✓ Prosearch™

✓ PFI™ Reports

✓ Portfolio-Xpert™

c) WipsGlobal

d) Questel®

e) STN®

Para mayor información se debe acceder a Patent Information Users Group (PIUG) que representa la Sociedad Internacional para la Información de Patentes.

<http://www.piug.org/index.php>

Búsquedas en Bases de Datos por Internet

En los apartes anteriores se describió la importancia y beneficio que puede traer el conocer la información técnica contenida en los documentos de patente. Hoy en día se hace cada vez más fácil acceder a la información de patente, sólo se necesita familiarizar inicialmente con las bases de datos gratuitas que se ofrecen por Internet, para luego, si se requiere, acudir a Bases de Datos especializadas (Bases de Datos Comerciales) las cuales tienen un costo por el acceso.

Antes de realizar una búsqueda es necesario que se conozcan algunas técnicas de búsqueda que serán de gran utilidad en el momento que se desee utilizar la información de Patentes.

A Nivel Nacional

La Superintendencia de Industria y Comercio ofrece en su página Web (<http://sipi.sic.gov.co>) una Base de Datos de las solicitudes presentadas en Colombia por nacionales y extranjeros.

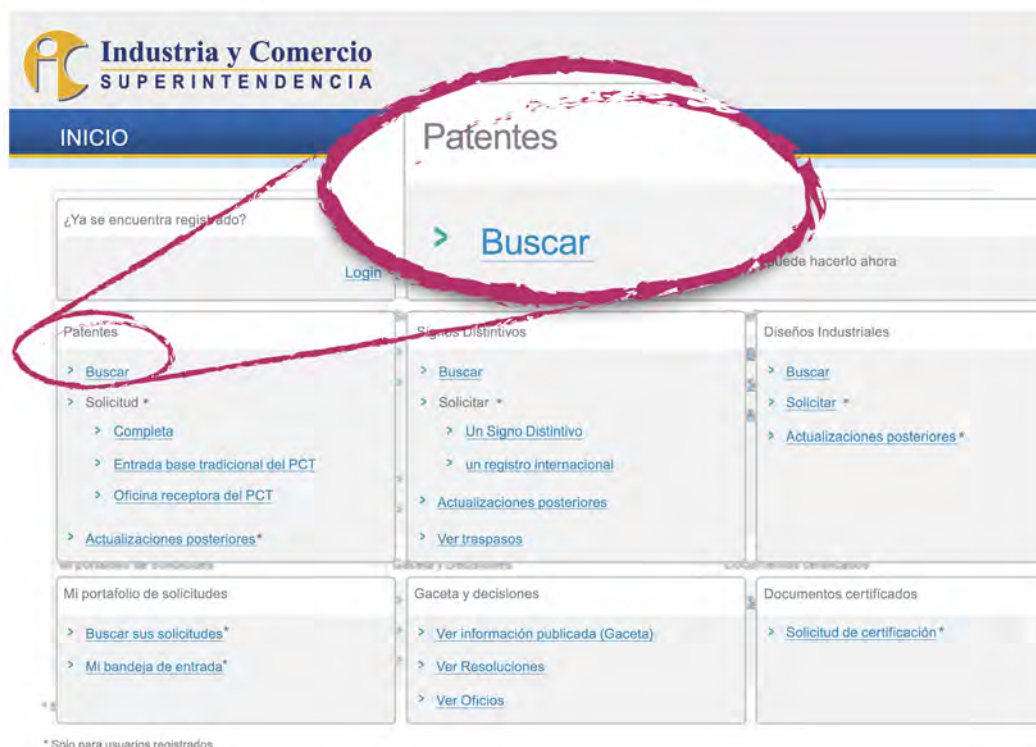
Al ingresar al portal de la Entidad se puede tener acceso a información general sobre las diferentes áreas de desempeño de la misma, si el interés se centra en los temas de protección de invenciones se puede acceder al link de Propiedad Industrial en donde se encontrará todo lo relacionado a los trámites, normatividad, tarifas, notificaciones y formatos, entre otros temas.

Dentro de los servicios en línea prestados por la Entidad se encuentra En cuanto a las consultas que pueden realizarse a través de esta herramienta, se encuentran la búsqueda de patentes, de signos distintivos y de diseños industriales.



Importante:

Es posible que cambie la distribución de la pantalla, sin embargo, el menú se conservará en todo momento. De esta forma, aunque la pantalla no se vea exactamente igual al ejemplo, en ella encontrará los mismos links o vínculos utilizados para las búsquedas.



El SIPI permite realizar búsquedas sencillas y avanzadas, de acuerdo con la información que desee encontrarse. Se encuentra predeterminada en el sistema la búsqueda sencilla, que tiene como opción ingresar una palabra clave, lo cual implica un rango de rastreo más amplio.

En caso de que se requieran más filtros para encontrar un documento de patente específico, se puede seleccionar el enlace de "búsqueda avanzada".

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

MINCOME INDUSTRIAL

INICIO > Buscar de solicitud(es) de patente(s).

Puede utilizar los símbolos comodín * y ? ampliar su búsqueda, y las comillas para buscar frases ejemplo "Productos lácteos".
Operadores booleanos AND, OR, NOT y soportes también se pueden utilizar en su consulta de búsqueda.
Por favor, consulte nuestra guía a la búsqueda en línea de la registro de patentes para obtener más información.

— Criterio de búsqueda

Palabra clave

Buscar Inicio Búsqueda Avanzada

Cra. 13 No. 27-00 pisos 1,3,4,5,6,7 y 10 - PBX: (571) 5770000 - Call center (571) 5920400 - Línea gratuita nacional 018000-910165
www.sic.gov.co - e-mail: contactenos@sic.gov.co - Bogotá D.C., Colombia

Ampliar | Búsqueda Avanzada

La pantalla permite hacer la búsqueda a través de Palabras Claves, Número de Patente (Expediente), nombre del solicitante o inventor (persona natural o jurídica), Clasificación de Patentes (IPC), Prioridad de la Patente (incluido País de Prioridad), Número de Gaceta donde fue publicada, Número de Certificado y Área tecnológica en la cual se encuentra el documento de patente requerido, entre otras opciones.

Las palabras claves corresponden a las palabras inequívocas que hagan referencia al producto o procedimiento de interés.

En el caso de tener un dato relacionado con el inventor, el apoderado, o el solicitante de una patente se puede utilizar el campo de búsqueda por "Solicitante/Titular de la patente", "Datos de contacto", "Apoderado", o "Inventor", de acuerdo con la información relacionada que se conozca. También se pueden conocer las solicitudes que fueron publicadas en una Gaceta de Propiedad Industrial de Colombia digitando el número de la misma en la casilla "Número de Gaceta".

Si se conoce el Número de solicitud y se quieren conocer más datos sobre dicha solicitud debe seleccionar la fecha en la que fue presentada la solicitud y el Número de solicitud, en los campos correspondientes.

Esta Base de Datos también da la opción de hacer búsquedas por Clasificación Internacional de Patentes (IPC), aunque se puede requerir un poco más de experiencia, luego de haberse familiarizado con ella se logrará recuperar por este medio mucha información tanto a nivel nacional como internacional.

La Clasificación Internacional es una clasificación alfa numérica y ubica el sector al cual pertenece su invención. La clasificación Internacional por ejemplo para cepillos con depósitos de crema dental podría ser A46B 11/02 (cuando se descarga la crema a presión).

Para conocer más sobre la Clasificación Internacional de Patentes dirigirse a:

<http://www.wipo.int/classifications/ipc/ipc8trans/es/ipcpub/>

IV.

MARCAS

1.

¿Qué es una Marca?



Empecemos por decir que la marca es un signo distintivo; su propósito fundamental es servir como medio para identificar productos o servicios en el mercado. Es el signo que otorga a una persona natural o jurídica la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado.

Las marcas pueden consistir en palabras, letras, números, dibujos, imágenes, formas, colores (delimitados por una forma), logotipos, figuras, símbolos, gráficos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas, escudos, sonidos, la forma de los productos, sus envases o envolturas o cualquier combinación de estos elementos.

2.

¿Cuál es la diferencia de la Marca con otras protecciones?

MARCAS

Las marcas tienen como objeto distinguir productos y servicios en el mercado, por lo cual, si no se cumple esta función no se puede hablar de marca, pero se podría hablar de otro tipo de protección, como lo es el nombre o la enseña comercial, entre otros.

Puntualmente, es necesario aclarar ciertos conceptos que, si bien se relacionan, son disímiles.

RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL

La razón o denominación social corresponde a un atributo de la personalidad necesario para la conformación de una sociedad. Es el nombre que identifica a una persona jurídica como sujeto de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de derechos y obligaciones.

NOMBRE COMERCIAL

El nombre comercial, es el signo que identifica a un comerciante o a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirlo de otros comerciantes o empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. Este, como tal, debe ser considerado como un bien que hace parte del patrimonio de un empresario y puede coincidir con la denominación o razón social de una empresa, siendo independiente uno de la otra. Precisamente, una misma persona natural o jurídica puede tener, si lo desea, varios nombres comerciales para identificar diferentes actividades empresariales, pero la inscripción de la razón social no implica que se adquiera el nombre comercial, pues los derechos sobre un nombre comercial solo se obtienen con el uso real y continuo de éste en el comercio.



ENSEÑA COMERCIAL

Por su parte, una enseña comercial es el signo o denominación utilizado por una empresa para identificar su establecimiento comercial.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que una empresa utiliza, por lo general, su nombre comercial para ser diferenciada de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares y utiliza una enseña comercial para identificar su establecimiento de comercio. Sin embargo, al momento de suscribir contratos se deberá emplear su razón o denominación social.

3.

¿Qué es un producto y qué es un servicio?



PRODUCTO

Un producto es cualquier cosa producida para el consumo y la inversión. También es todo lo que circule en el mercado o comercio. Este puede ser de diversa índole: de consumo, industrial, técnico, agrícola, artesanal, entre otros.



SERVICIO

Un servicio, se define como las actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. En términos generales podemos decir que los servicios se clasifican en: servicios comerciales, que comprenden los servicios profesionales y los relacionados con la tecnología de la información, la investigación y el desarrollo.

4.

Forma de Clasificar un Producto o Servicio en la Clasificación de Niza

Es muy importante realizar una clasificación adecuada de los productos o servicios que se pretenden proteger, y con este fin la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, ha creado una herramienta llamada el Gestor de productos y servicios de Madrid a la cual se puede acceder a través del sitio web de la Superintendencia o directamente a través de la dirección electrónica de la OMPI.

De manera general, los productos se clasifican así:

- a)** Productos acabados por su función. Si el producto tiene múltiples usos se puede clasificar en cualquiera de sus funciones o destinos.
- b)** Sino, por analogía con productos similares.
- c)** Materias primas en atención a la materia de la que están constituidas.
- d)** Productos accesorios no separables, van con el principal.
- e)** Estuches con el producto que van a contener.

Por su parte, los servicios están clasificados por:

- a)** Ramas de actividad.
- b)** Sino, por analogía con servicios similares.
- c)** Los servicios de alquiler van en los servicios que se prestan con la ayuda de los objetos alquilados.
- d)** Los servicios de asesoramiento, información o consulta en la misma clase que los servicios sobre la que versa el asesoramiento, información o consulta.

Con respecto al tema, se puede decir que una clase es un término utilizado para referirse a un grupo de productos o servicios que guardan relación entre sí, agrupados de acuerdo con una clasificación aceptada internacionalmente denominada "Clasificación de Niza".

La clasificación internacional de Niza está compuesta por unos títulos de las clases y unas notas explicativas que, a su vez, incluyen exclusiones, y está complementada por un listado alfabético por productos o servicios.

5.

¿Qué tipos de marcas existen?

Se reconocen, principalmente, los siguientes tipos de marcas:

POR LA PERCEPTIBILIDAD DE LOS SENTIDOS	FUNCIÓN DEL SIGNO	USO Y DIFUSIÓN
Nominativas	Comerciales	Comunes
Figurativas	Colectivas	Notorias
Mixtas	De Certificación	
Tridimensionales		
Sonoras		
De color (delimitadas por una forma)		
Olfativas		
Gestuales		
De movimiento		
De posición		

1. POR LA PERCEPTIBILIDAD DE LOS SENTIDOS

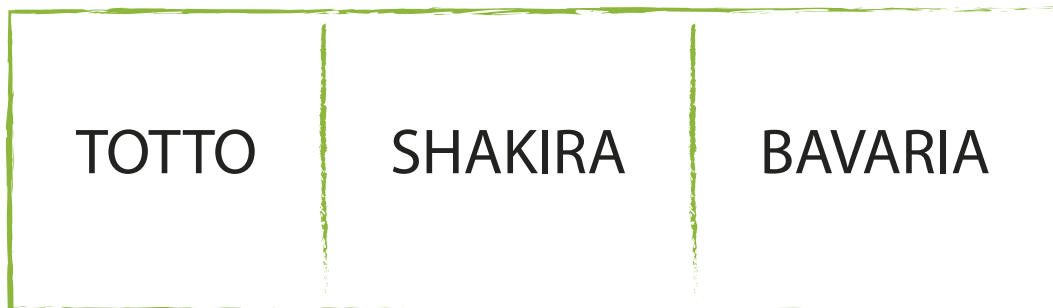
Antes dijimos que las marcas son signos, lo cual significa que deben ser percibidas por los sentidos. Pues bien, la primera forma de calificar las marcas está dada de acuerdo con el sentido usado para percibir las.

Dentro de las marcas percibidas por el sentido de la vista encontramos, entre otras, las marcas nominativas, figurativas, mixtas, de movimiento, y las marcas de color (delimitadas por una forma).

a) NOMINATIVAS

Son las marcas que identifican un producto o servicio a través de letras, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y/o pronunciable.

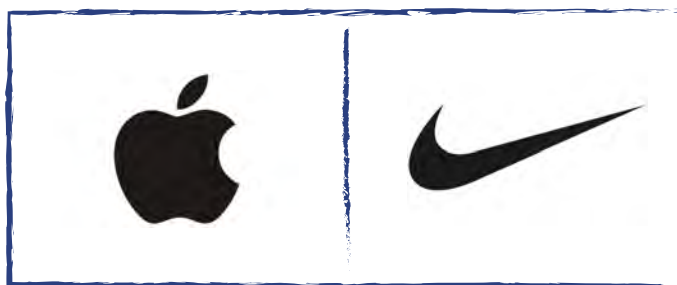
Ejemplo:



b) FIGURATIVAS

Integradas únicamente por una figura o un signo visual "logotipo" que se caracteriza por su configuración o forma particular totalmente impronunciable. La marca figurativa puede o no incluir un concepto en la gráfica, así, podría ser una manzana que lleva un concepto directamente vinculado o podría ser un conjunto líneas que no represente un concepto en particular.

Ejemplo:



c) MIXTAS

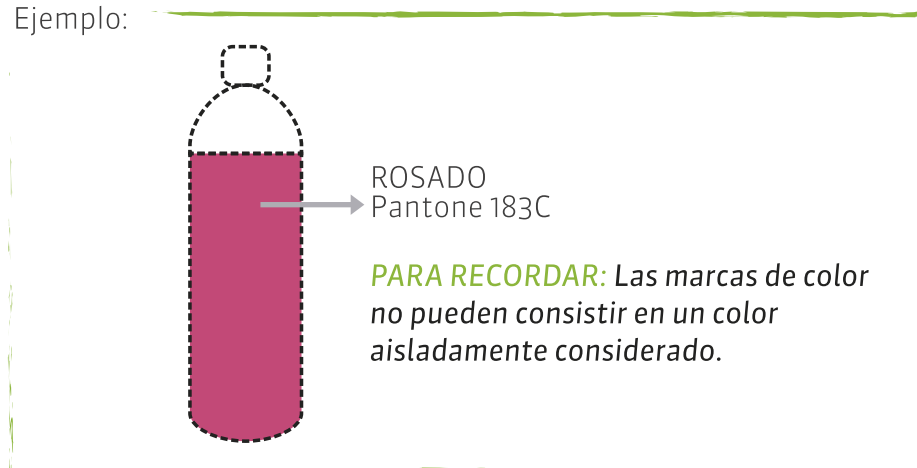
Son aquellas que poseen elementos nominativos y figurativos. O siendo una marca nominativa, dado el tipo especial de la letra, se considera como una marca Mixta. Ejemplo



d) DE COLOR (DELIMITADAS POR UNA FORMA)

De acuerdo con la Decisión 486 de 2000, las marcas de color deben estar delimitadas por una forma específica.

Ejemplo:



Ahora bien, las marcas que pueden ser percibidas por el sentido del tacto son las **TRIDIMENSIONALES**, consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques. Al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto.



PARA RECORDAR: Las marcas tridimensionales, solo son registrables, siempre y cuando reúnan suficientes características individuales y distintivas con las cuales se les pueda diferenciar de otras previamente existentes en el mercado.



*20

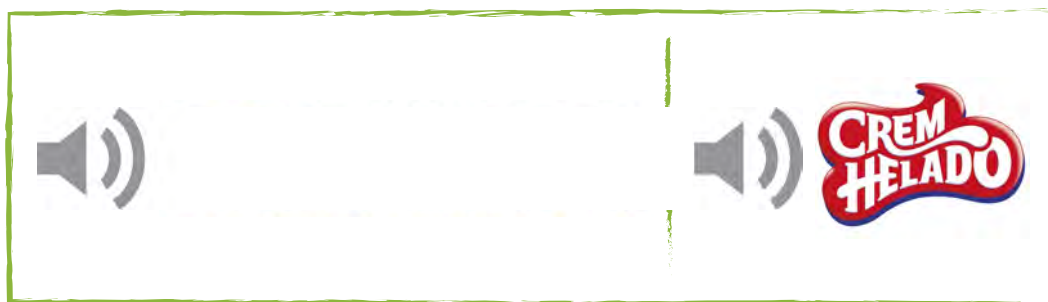
Otras marcas que se perciben por este sentido son las táctiles, como podría ser la textura de la botella del whisky “Old Parr”.



Con el sentido del oído se perciben las marcas **SONORAS**

La evolución del comercio ha dado lugar al nacimiento de diversos signos, como son las marcas sonoras, a través de los cuales las empresas pueden identificar sus productos y servicios. Las marcas sonoras se caracterizan por estar integradas por un sonido o una melodía, con la cual la gente asocia su producto y que es totalmente distinta con la que pueda ser usada por un competidor.

Las marcas sonoras deben ser representadas gráficamente por intermedio de partitura, sonograma², onomatopeya y acompañada de un archivo de sonido que soporte la grabación digital que es puesta a disposición de todos los usuarios en el Sistema de Propiedad Industrial. Ejemplos:



¿Y EL OLFATO Y EL GUSTO?

Aunque es posible que un olor o un sabor identifique un producto o un servicio (por ejemplo el olor a coco para distinguir una tienda de venta de ropa) uno de los problemas más importantes con este tipo de marcas radica en su representación gráfica, ya que es muy difícil representar un olor o un sabor para que pueda ser identificado por cualquier persona. Ejemplo: olor a guayaba, hay diversos tipos de guayaba y cada uno tiene un olor particular, también depende del estado de maduración de la guayaba y de la persona que está percibiendo el olor, no es igual el sentido del olfato de un catador profesional al de una persona que no lo es, por lo tanto debe realizarse una descripción con palabras claras y concisas del olor que se pretende proteger, tan exacta que no permitiera su confusión con ningún otro.

2. Un sonograma es la representación de un sonido. “Es una representación que permite visualizar en una única gráfica el comportamiento frecuencial en todos los instantes.” “El sonograma define la intensidad asociada a cada frecuencia (eje vertical) en función del tiempo (eje horizontal).” Tecnologías de ayuda en personas con trastornos de comunicación. Francisco Alcantud Marín y Francisco Javier Soto. Nau Llibres. España. 2002.

2. POR LA FUNCIÓN DEL SIGNO

Antes dijimos que las marcas son signos, lo cual significa que deben ser percibidas por los sentidos. Pues bien, la primera forma de calificar las marcas está dada de acuerdo con el sentido usado para percibir las.

Otra de las maneras de clasificar las marcas es acudiendo a las diferentes finalidades que tienen en la sociedad, por ello existen las marcas comerciales, colectivas y de certificación.

a) COMERCIALES

Las marcas comerciales son las más conocidas. Son aquellas que identifican o distinguen los productos o servicios de un empresario en el mercado.

b) COLECTIVAS

Las marcas colectivas son normalmente pretendidas por las corporaciones y asociaciones, colectividades e instituciones, para identificar productos y servicios que tienen distinta procedencia empresarial pero que poseen características comunes, como su origen geográfico, el material, modo de fabricación, entre otros.

Los titulares del registro de las marcas colectivas (asociaciones, corporaciones y colectividades en general) son responsables de que los productos y servicios, prestados por sus miembros, cumplan las normas establecidas en el reglamento que rige su uso, y así, garantizar las cualidades y características de los mismos.

El procedimiento de registro de las marcas colectivas, como se verá más adelante, es el mismo que el de una marca de producto o servicio, sin embargo, tiene los siguientes requisitos formales especiales: Estatuto de asociación o colectividad, el listado de sus miembros, indicación de las condiciones y forma de uso.

Ejemplo:



c) DE CERTIFICACIÓN



La marca de certificación es aquella que identifica la calidad u otras características de un producto o servicio que han sido certificadas por el titular de la marca.

Como el titular está certificando determinadas características debe tener la capacidad para hacerlo debiendo ser una empresa o institución de derecho privado o público o un organismo estatal, regional o internacional.

3. POR SU RECONOCIMIENTO ENTRE EL PÚBLICO

a) COMÚN

En principio todas las marcas son comunes, es decir, están referidas a un o unos productos o servicios clasificados de acuerdo con el nomenclador internacional y tienen un conocimiento normal en el público al que van dirigidas.

Sin embargo, hay marcas que por su difusión pueden alcanzar un mayor conocimiento entre el público consumidor, por lo cual es necesario hablar de marcas notorias.

b) NOTORIA

La marca Notoria es aquella que es conocida por una parte importante del público consumidor de los productos o servicios distinguidos con la misma, es decir, del sector pertinente.

El sector pertinente se asocia al ámbito en el cual se desenvuelve el producto o servicio que se distingue con el signo marcario y del cual puede hacer parte una gran variedad de agentes, consumidores o personas pertenecientes al mercado, quienes en razón de la función o papel que cumplen dentro de él, son los llamados a dar claridad sobre el conocimiento que tienen de la marca Notoria.

El conocimiento que los consumidores tienen de una marca notoria es superior al que tienen de una marca común, pues la notoria ha tenido una intensa difusión dentro del mercado, los consumidores la recuerdan, la prefieren y la adquieren. Ese conocimiento puede estar referido a cualquier país miembro de la Comunidad Andina.

La notoriedad es el grado de conocimiento que da campo a una protección especial, más amplia en cuanto al principio de especialidad, al alcance territorial de la marca y la protección de su fuerza distintiva evitando la dilución de la misma. En relación con el principio de la especialidad, la marca Notoria tiene una protección más amplia que la marca común, alcanzando productos o servicios no protegidos expresamente con la marca (rompimiento del principio de especialidad).

En cuanto al territorio, implica que la protección de la marca puede desbordar el país donde se haya protegido, con prerrogativas en terceros países. Otro efecto, que puede tener el reconocimiento de notoriedad tiene que ver con la comparación de los signos en los exámenes de confundibilidad, pues el examen es más severo para evitar que se diluya la fuerza distintiva de la marca notoria. La notoriedad de una marca debe ser declarada por la entidad nacional competente.



Las marcas anteriores, aunque no sean conocidas por la colectividad en general, sí gozan de un amplio reconocimiento en el sector pertinente, en este caso el de los suplementos nutricionales.



SECTOR PERTINENTE

Se considerarán como sectores pertinentes de referencia para determinar la notoriedad de un signo distintivo, entre otros, los siguientes:

- a) Los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique.
- b) Las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o
- c) Los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique.

Las pruebas relevantes para probar la notoriedad son: encuestas de mercado, publicidad, certificaciones de auditoría o de revisor fiscal; que dejen ver volúmenes de venta de los productos o servicios e inversión en publicidad, registros de marcas en otros países, etc.

6.

¿Cuáles son los principios que guían el derecho de marcas?

Antes de empezar con el estudio de las marcas de productos y servicios, debemos aclarar que las marcas poseen dos rasgos característicos o principios que, además, son los pilares fundamentales del derecho de marcas en todo el mundo: la territorialidad y la especialidad.

a) TERRITORIALIDAD

El primer principio, la territorialidad, implica que la exclusividad que otorga el derecho de marca solo puede ser ejercida en el territorio para el que se concedió.

Ejemplo: Si después del trámite respectivo me conceden una marca consistente en las palabras “FRESCURA DE LA SIERRA” para bebidas de frutas, eso no querrá decir que en Venezuela o Argentina tendré algún tipo de protección exclusiva (salvo algunos casos puntuales).

No solamente existen marcas nacionales, también existen otros sistemas que otorgan la posibilidad de tener una protección en un territorio más amplio.

MARCAS

A NIVEL NACIONAL	A NIVEL COMUNITARIO	SISTEMA DE MADRID ³
		
Marca colombiana	Marca comunitaria europea	Oficina Internacional del Sistema de Madrid

3. El Sistema internacional de registro de marcas sirve para facilitar los trámites ante diferentes países, pero no concede un derecho exclusivo en todo el mundo o en todos los países miembros.

b) ESPECIALIDAD

El segundo principio es la especialidad. El sistema de marcas ha creado una lista de diferentes categorías o clases en las cuales se agrupan productos y servicios homogéneos. Esta “lista” recibe el nombre de “Clasificación Internacional del Arreglo de Niza” y está compuesta por 45 clases divididas en 34 de productos y 11 de servicios. Las marcas pueden ser solicitadas para más de una clase, dependiendo de las categorías de productos y servicios que se pretendan comercializar bajo el mismo signo.

Para ver el funcionamiento de la clasificación a continuación se muestran, a manera de ejemplo, algunas clases relevantes para la Agroindustria:

Clase 5:

Productos farmacéuticos y **veterinarios**; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; **complementos alimenticios para personas o animales**; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Clase 31:

Granos y productos agrícolas, hortícolas y forestales, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas; plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta.

Clase 39:

Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes.

Es importante aclarar que los productos mencionados en cada clase son simplemente ejemplos y no quiere decir que solo esos formen parte de esa clase. Para saber con más exactitud en qué clase se encuentra un producto o servicio determinado, diferentes oficinas de propiedad industrial del mundo han creado herramientas informáticas en línea que ayudarán a realizar la clasificación solo con introducir la palabra clave de que se trate.

Por su parte, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual -OMPI, ha creado la herramienta denominada el Gestor de productos y servicios de Madrid a la cual se puede acceder a través del sitio web de la Superintendencia o directamente a través de la página web de la OMPI.



La importancia que tiene esta clasificación radica en que la protección que se obtiene con el registro de marca se da para CADA CLASE, esto quiere decir que aún si hay marcas IDÉNTICAS, si estas están en clases de productos que no se relacionan y que por tanto, no producen que el consumidor se confunda, las mismas podrán coexistir sin ningún problema en el mercado. Veamos un ejemplo de esta situación:



En todo caso, el solo hecho de estar en clases distintas no asegura que los consumidores no se van a confundir, puesto que existen clases que están muy relacionadas, por ejemplo:

CLASE 29	CLASE 31
Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.	Granos y productos agrícolas, hortícolas y forestales, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas; plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta.

Lo dicho anteriormente nos lleva a afirmar que todo el sistema de marcas en el mundo está diseñado para lograr que los consumidores puedan diferenciar los productos y servicios de otros iguales o parecidos en el mercado, por lo tanto, no solo la identidad en las marcas es prohibida, sino también la similitud siempre y cuando ésta conduzca a una confusión en los destinatarios.



Identificar la Clasificación Internacional

Es muy importante identificar, en relación con los productos y/o servicios que se pretende distinguir en el mercado, la clase internacional en que están ubicados los productos o servicios de su interés.

De manera que una vez verificada, como se indicó anteriormente en la definición de qué es una clase, el producto o servicio debe indicarse en la solicitud con el número de la clase en donde se encuentre comprendido.

7.

Pasos para registrar una marca

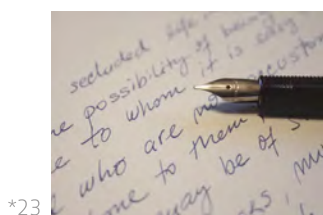
Lo primero a tener en cuenta para elegir un signo que pueda identificar productos y servicios en el mercado es saber aquello que no puede ser objeto de protección a través de un derecho de marca.

A) ¿QUÉ NO PUEDE CONSTITUIR UNA MARCA DE PRODUCTOS O SERVICIOS?

Existen algunas situaciones en las cuales un signo no puede ser protegido mediante una marca, estas situaciones se dividen en causales absolutas y causales relativas de irregistrabilidad.

i. Causales absolutas de irregistrabilidad

Las causales absolutas de irregistrabilidad de una marca son aquellas en las que el examinador analiza el signo en sí mismo sin compararlo con nada más, es decir se asegura que el signo no esté inmerso en ninguna de las situaciones que a continuación se describen con algunos ejemplos:



*23

1. Signos que no sirvan para distinguir productos o servicios en el mercado ni aquellos que no sean susceptibles de representación gráfica.

Por ejemplo una combinación de palabras tan largas que no se pueda recordar con facilidad, como el fragmento de una novela.



*24

2. Los que tengan una forma usual de un producto o que esta forma sea la que la naturaleza impone para que el producto funcione.



*25

3.

Los que aporten al producto una característica funcional o técnica.



*26

4.

Las que sirvan para describir las cualidades de los productos, su procedencia geográfica o cualquier otro dato que aporte información al consumidor.

Por ejemplo:

La marca FRUTAS FRESCAS para distinguir naranjas.



*27

5.

Consistan exclusivamente en un signo o indicación que sea el nombre genérico o técnico del producto o servicio de que se trate.

Por ejemplo:

La marca FERTILIZANTE para distinguir abonos y fertilizantes.



*28

6.

Consistan exclusivamente o se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país.

Por ejemplo:

El compuesto llamado poliestireno es conocido en Colombia como ICOPOR.



*29

7.

Consistan en un color aisladamente considerado, sin que se encuentre delimitado por una forma específica.

Orgánico



*30

8. Puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate.

Por ejemplo: Un producto acompañado de la palabra “orgánico” y que en realidad esté producido con insumos artificiales.



9. Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad.



*31

10. Contengan una denominación de origen protegida para vinos y bebidas espirituosas.

Por ejemplo:
Champaña de los Andes.



*32

11. Consistan en una indicación geográfica nacional o extranjera susceptible de inducir a confusión respecto de los productos o servicios a los cuales se aplique.

Por ejemplo:
Vino chileno para un vino producido en Colombia.



12. Reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas, bien como elementos de las referidas marcas, los escudos de armas, banderas, emblemas, signos y punzones oficiales de control y de garantía de los Estados y toda imitación desde el punto de vista heráldico, así como los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de cualquier organización internacional.

Por ejemplo:

En algunos productos como quesos, la bandera italiana puede añadir un atractivo para el consumidor.



*33

13. Reproduzcan, imiten o incluyan la denominación de una variedad vegetal protegida en un País Miembro o en el extranjero, si el signo se destinara a productos o servicios relativos a esa variedad o su uso fuere susceptible de causar confusión o asociación con la variedad.



*34

14. Sean contrarios a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres.

Por ejemplo:

La denominación PABLO EMILIO ESCOBAR GAVIRIA en la Clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, cuya finalidad es la educación, formación y el esparcimiento.

15. Reproduzcan o imiten signos de conformidad con normas técnicas, a menos que su registro sea solicitado por el organismo nacional competente en normas y calidades en los Países Miembros.

ii. Causales relativas de irregistrabilidad

A diferencia de las causales estudiadas anteriormente, las causales relativas son las que tienen que ver con los derechos de otras personas, es decir, se debe realizar una comparación entre el signo utilizado y otro tipo de derechos de terceros, tales como:

- ✓ Marcas
- ✓ Nombres comerciales, enseñas comerciales
- ✓ Lemas comerciales
- ✓ Identidad o prestigio de personas jurídicas o nombre, derecho a la imagen de personas naturales,
- ✓ Derecho de autor u otro derecho de Propiedad Industrial,
- ✓ Nombres de comunidades indígenas, afroamericanas o locales

Dentro de estas causales relativas de irregistrabilidad también se encuentran otras situaciones en las que no se concede el registro de la marca, por ejemplo cuando la marca la solicita un representante o ex representante de una empresa extranjera sin su autorización.

Otra causal se da cuando se solicita el registro de una marca reconocida, así este reconocimiento se dé fuera del país.

Finalmente, la Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio podrá negar el registro de una marca cuando tenga indicios razonables que la solicitud se realiza para cometer un fraude o un acto de competencia desleal.

Con el fin de saber si existen otros titulares de marcas que tienen derechos sobre signos idénticos o similares, conviene realizar una búsqueda de antecedentes.

B) BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES Y PARECIDOS FONÉTICOS O GRÁFICOS DEL SIGNO

Si se quiere conocer la existencia de expresiones registradas o solicitadas con anterioridad, se puede solicitar a la SIC de forma física o a través de la página web la expedición del listado de las expresiones que se asemejan a la marca solicitada⁴. Es importante aclarar que este servicio no es de carácter obligatorio ni es requisito para la solicitud de la protección.

Los antecedentes fonéticos mostrarán no solo los signos registrados bajo un término específico sino aquellos que tienen nombres parecidos. Este informe no es vinculante para la administración y además no presupone la concesión o denegación posterior de la marca.

De igual forma se tiene la opción de solicitar una certificación de marca, mediante la cual se puede establecer si la denominación de interés está o no registrada.

Las certificaciones se pueden solicitar por medio del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI), en el sitio <http://sipi.sic.gov.co> o por escrito junto con el comprobante de pago de la tasa correspondiente, proporcionando los datos exactos sobre el signo que se quiere conocer. Se puede buscar la información mediante datos como:

- ✓ Signo
- ✓ Nombre del solicitante
- ✓ Número de la solicitud,
- ✓ Número de prioridad y país.

La búsqueda de antecedentes se puede solicitar directamente en la SIC, previo pago del valor de una tasa correspondiente, o también se puede hacer en la página web del SIPI.

C) DILIGENCIAR EL PETITORIO

Para la presentación de la solicitud de registro, se debe diligenciar el Formulario Único de Signos Distintivos (petitorio) que se adquiere de manera gratuita en la página web de la entidad, o en los diferentes puntos de atención a nivel nacional de la SIC. También se encuentra disponible para estos mismos efectos la Oficina Virtual de Propiedad Industrial (SIPI).

4. Para mayor información sobre la búsqueda de parecidos marcarios, consultar la guía de búsqueda gratuita de signos distintivos en el capítulo VI.

D) ¿DÓNDE DEBE PRESENTARSE LA SOLICITUD?

En materia de "Propiedad Industrial" y en lo relacionado con los signos distintivos sujetos a registro y depósito, la entidad competente en Colombia para conocer el trámite es la Superintendencia de Industria y Comercio.

Una vez escogido el signo que se pretende usar como marca, se debe presentar o radicar la solicitud del registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio, en la ciudad de Bogotá, los diferentes puntos de atención a nivel nacional de la SIC, o a través de la Oficina Virtual de Propiedad Industrial.

En caso de querer registrar una marca para varias clases en una misma solicitud, se deberán enlistar de menor a mayor los productos o servicios por sus nombres agrupándolos según la clase.

Se recomienda restringir o limitar lo que más se pueda la solicitud a los productos o servicios que se pretenden distinguir, de manera que la solicitud se presente solamente para los productos o servicios que realmente identificará en el mercado, con lo cual se minimizará el riesgo de que se presenten oposiciones. Es decir, si se está interesado en distinguir un producto farmacéutico para la piel así debe indicarse, sin necesidad de incluir todo el título de la que contiene productos como los de destrucción de animales dañinos, los cuales tienen una naturaleza y finalidad que dista bastante de la del producto que se pretende distinguir.

Una vez presentada la solicitud se asigna la fecha de presentación y un número de radicación, el cual servirá para identificar la solicitud, siempre que se quiera obtener información del trámite que cursa ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

La fecha de presentación es muy importante, puesto que confiere prelación en el tiempo respecto de otras solicitudes y le otorga derecho de prioridad para solicitar la marca en otro país dentro de los seis (6) meses siguientes a esa fecha.

El derecho de prioridad está establecido en la normatividad marcaria internacional, (el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial) e implica la posibilidad de ir, dentro de los seis (6) meses siguientes a la fecha de presentación de una solicitud de registro de marca, radicada ante la Oficina Nacional Competente de cualquier país parte del Convenio de la Unión de París, a otro país también parte, invocando esa solicitud, de manera que se entienda presentada en el segundo país con la fecha del primero.

La solicitud será admitida a trámite, se otorgará un número de radicación y se le asignará fecha de presentación, solo si reúne unos requisitos mínimos establecidos en la norma vigente, a saber:

- a) La indicación de que se solicita el registro de una marca.
- b) Los datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud y que permitan comunicarse con ella.
- c) La marca cuyo registro se solicita, o una reproducción de la marca tratándose de marcas con forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales, con o sin color.
- d) La indicación expresa de los productos o servicios para los cuales se desea proteger la marca.
- e) El pago de las tasas establecidas.

De no ser presentados los anteriores requisitos, la oficina no tramitará la solicitud y no le asignará fecha de presentación.

En cualquier momento del trámite el solicitante puede pedir que se modifique la misma, o que se corrija un error material.

RECOMENDACIONES:



✓ Si el solicitante actúa a través de apoderado, deberá anexar el poder. Este poder no necesita de presentación personal, autenticación o legalización y podrá otorgarse mediante documento privado.

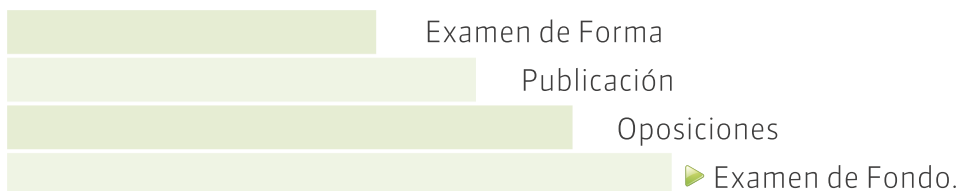
✓ Si la solicitud se realiza en las instalaciones de la SIC, deberá allegarse el comprobante del pago de la tasa única, cancelado en cualquier sucursal del Banco de Bogotá, cuenta corriente No. 062754387 a nombre de la Superintendencia de Industria y Comercio, Código Rentístico 01. Si la solicitud se realiza a través de la oficina virtual es posible realizar el pago por medios electrónicos.

✓ Si la marca solicitada es mixta o figurativa, en el formulario debe anexarse el arte de tamaño 8cm x 8cm. Si se trata de una marca tridimensional, allí se debe incluir un arte en el cual se aprecien todas las caras o vistas.

8.

Estudio de la solicitud

La solicitud de registro marcario pasa por varias etapas:



9.

Examen de Forma

El estudio de forma consiste en la revisión de los requisitos y documentos que componen la solicitud para efectos de poder ordenar su publicación.

La Dirección de Signos Distintivos realiza el estudio de forma de todas las solicitudes una vez éstas han sido radicadas con los requisitos mínimos. Si la solicitud no cumple con todos los requisitos formales, incluida la falta de claridad y coherencia de la misma, se emitirá un requerimiento, para que, dentro de los sesenta (60) días hábiles siguientes a la fecha de notificación mediante correo electrónico, se complete o aclare la solicitud o se subsane cualquier inconsistencia o irregularidad.

La notificación del requerimiento se realizará a través de correo electrónico y, en todo caso, se podrá consultar el estado del trámite en la plataforma del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI) ingresando las credenciales correspondientes al sitio <http://sipi.sic.gov.co>.

Si a la expiración del término señalado, el solicitante no completa los requisitos indicados en el requerimiento, la solicitud de registro se considerará abandonada y perderá prelación.

El abandono de la solicitud se declara mediante resolución motivada contra la cual se puede interponer el recurso de apelación (ver qué es un recurso en la sección pertinente de esta guía), en el caso de no estar de acuerdo con la decisión de la Entidad, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación a través del SIPI.

10. Publicación

Una vez se comprueba que todos los requisitos formales están en orden, se procede a publicar la solicitud en la “Gaceta Electrónica de la Propiedad Industrial” disponible en el SIPI. Esta publicación se realiza cada 10 días con el fin de que cualquier persona que crea que al conceder la marca solicitada se le estaría violando un derecho anterior, pueda interponer una oposición. La programación de publicación de las Gacetas de Propiedad Industrial se puede consultar en la página web www.sic.gov.co.

11. Oposiciones

Durante el término de oposición (30 días hábiles siguientes a la fecha de publicación) cualquier tercero que considere que la marca solicitada se encuentra incurso dentro de las causales de negación (estudiadas anteriormente), tendrá la posibilidad de oponerse (se le puede otorgar un único plazo adicional de 30 días para presentar pruebas, a petición de parte). Una vez interpuesta y verificados los requisitos de forma de la oposición, se inicia el trámite de la oposición en el cual, tanto solicitante como opositor deben sustentar sus argumentos ante la SIC.



REQUISITOS

Para darle trámite a un escrito de oposición hay unos requisitos que deben cumplirse:

- ✓ Diligenciar el formulario de presentación de oposiciones, que facilita el trámite y contiene los espacios necesarios para identificar el expediente donde se quiere radicar la oposición, así como la información del opositor y sus datos de contacto.
- ✓ El escrito debe radicarse en tiempo, esto es, dentro de los treinta días hábiles siguientes a la publicación en la Gaceta.

- ✓ Pago de la tasa administrativa fijada para el momento de la presentación de la oposición por cada clase a la que se oponga.
- ✓ El poder necesario para actuar con los requisitos de ley.

Se podrá presentar oposición a nombre de una persona de quien no se tenga poder, siempre que ella se encuentre ausente o impedida para hacerlo, para lo cual el agente oficioso deberá prestar caución de acuerdo con lo establecido por el artículo 57 del Código General del Proceso, con el fin de que se garantice la futura ratificación del poder, teniendo en cuenta los términos procesales allí señalados. Si no se cumple con el requerimiento, se archivará la oposición.

ADMISIÓN Y TRASLADO

Cuando la oposición supera el estudio de forma y, una vez vencido el término de prórroga, se expide un oficio que la admite y la traslada a quien solicita la marca.

RESPUESTA A LA OPOSICIÓN

El solicitante del registro de marca tendrá treinta (30) días hábiles, contados a partir del siguiente día hábil a la notificación por correo electrónico, para allegar su defensa, en la que hará valer sus argumentaciones presentando las pruebas que estime convenientes. Sin embargo, el solicitante del registro de la marca podrá pedir por una sola vez un plazo adicional de treinta (30) días hábiles adicionales para allegar pruebas, pagando la tasa administrativa fijada. El término de plazo adicional se cuenta a partir del día hábil siguiente a aquel en que venció el término para responder.

12.

Estudio de Fondo

Una vez publicada la solicitud, la Dirección de Signos Distintivos realizará el estudio de fondo o de registrabilidad del signo solicitado independientemente de que se hayan presentado oposiciones.

La Dirección analiza el signo solicitado y puede tomar una de dos decisiones posibles, la concesión o la negación del registro. Es decir, considerar si es registrable, caso en el cual se otorgará un título o certificado de registro o en caso contrario, considerar que el signo es irregistrable por estar incurso en alguna de las causales de irregistrabilidad previstas en la normatividad.. En ambos casos la decisión será notificada por medios electrónicos.



CONCESIÓN ANTICIPADA CONDICIONADA

Es posible solicitar la llamada concesión condicionada, creada mediante la resolución No. 48348 de 2014, consistente en que la concesión del registro del signo distintivo será en un plazo no mayor a seis (6) meses, y la ejecutoriedad de la decisión de concesión de la marca estará condicionada a que no se presenten solicitudes de registro de signos distintivos que reivindiquen prioridad de conformidad con el artículo 4 del Convenio de París y el artículo 9 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En caso de llegarse a solicitar por un tercero la prioridad de un signo que afecte a la solicitud a la que se le ha concedido el registro, la SIC deberá declarar la pérdida de fuerza ejecutoria o decaimiento del acto administrativo de concesión del registro.

Si hay alguna inconformidad respecto de la decisión se puede presentar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación de la decisión, el recurso de apelación ante el superior jerárquico, es decir, ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial.

13.

Modificación a la Solicitud

El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material. La SIC podrá sugerir al solicitante modificaciones a la solicitud en cualquier momento del trámite.

La modificación no podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo, salvo que se realice antes de la publicación del signo en la Gaceta de la Propiedad Industrial, no afectando así derechos de terceros. Lo anterior, en aplicación de los principios de economía procesal, eficacia y celeridad que orientan las actuaciones administrativas en concordancia con la prevalencia de las normas de derecho sustancial sobre las disposiciones procesales.

Actualmente, la tasa administrativa por solicitud de marca de productos o servicios por una clase, incluye el costo de todas las modificaciones y correcciones a esa misma solicitud. Cabe indicar que son aplicables a los lemas comerciales, en lo pertinente, las disposiciones relativas al título de marcas.

Ahora bien, tratándose de errores de menor entidad; errores de transcripción, digitación; errores aritméticos; simplemente formales; y demás que puedan evidenciarse al estudiar la solicitud de registro, la SIC, en concordancia con los principios administrativos ya mencionados, procede a efectuar las correcciones pertinentes sin exigir el pago de tasas adicionales, garantizando con ello la prevalencia de las normas sustanciales y los fines de la actuación administrativa.

En este punto debe indicarse finalmente, que en aplicación de los principios reiterados, las modificaciones y/o correcciones que surjan en virtud de la “Respuesta a un Oficio de Requerimiento” no se encuentran sujetas al pago de tasas adicionales.

14.

Protección, duración y renovación del registro

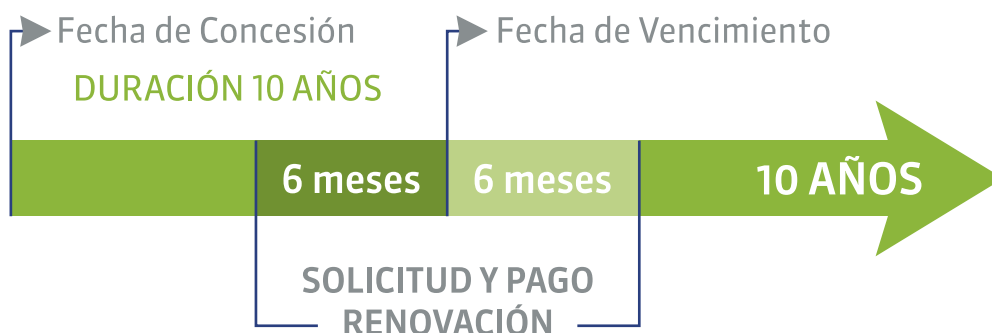
A) PROTECCIÓN DEL REGISTRO

Los derechos sobre el registro marcario tienen una protección territorial, en nuestro caso, la protección se tendrá únicamente en el territorio colombiano, lo que quiere decir que el registro carece de protección en el exterior.

B) DURACIÓN DEL REGISTRO

El registro otorgado tiene una duración de diez (10) años, contados desde la fecha de su concesión. La marca podrá ser renovada indefinidamente por períodos sucesivos de diez (10) años, contados desde la fecha del vencimiento precedente.

La solicitud de renovación deberá solicitarse dentro de un plazo de seis (6) meses anteriores a la fecha de vigencia, o en un plazo de gracia de seis (6) meses posteriores a esta fecha. Si se opta por el último plazo debe pagarse un recargo adicional a la tasa de renovación. Durante el periodo de gracia el registro mantiene su vigencia si es renovado con posterioridad.



En caso de no solicitarse la renovación del registro, el derecho se extinguirá, y se entenderá que ha caducado de pleno derecho, lo cual quiere decir que cesará la protección a la marca sin necesidad de que la SIC se pronuncie.

PROCEDIMIENTO DE RENOVACIÓN DEL REGISTRO

El titular del registro marcario debe presentar, directamente o a través de apoderado, el formulario respectivo y acreditar el pago de la tasa administrativa. Recibidos los documentos, la Dirección de Signos Distintivos, analizará si cumple los requisitos de forma y término o si por el contrario se encuentra incompleta la solicitud.

Si se encuentran todos los requisitos cumplidos se concederá la renovación del registro por el término de diez (10) años, mediante su inscripción en el Registro de la Propiedad Industrial y se comunica por medio del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI), en el sitio <http://sipi.sic.gov.co>.

La renovación se hace mediante inscripción y no será objeto de publicación, se comunica mediante listado informativo de anotaciones en el registro.

En el evento en que la solicitud de renovación no reúna o anexe los requisitos de forma la Dirección de Signos Distintivos requerirá al titular del registro, para que en el término de ley aclare, complemente o modifique la solicitud.

El requerimiento se notificará a través de correo electrónico y, en todo caso, se podrá consultar el estado del trámite en la plataforma del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI) ingresando las credenciales correspondientes al sitio Web <http://sipi.sic.gov.co>.

Si a la expiración del término para dar respuesta al requerimiento la solicitud no se aclara, complementa, o se modifica según lo indicado en el requerimiento, se ordenará su archivo. Tal decisión será notificada mediante correo electrónico y figurará en la plataforma del Sistema de Propiedad Industrial (SIPI) en la Web <http://sipi.sic.gov.co>.

Si el interesado no se encuentra conforme con la decisión puede presentar, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la notificación de la decisión, el recurso de apelación.

15.

Derechos otorgados con el registro

DERECHO AL USO

Una vez concedido el registro y expedido el certificado que convierte al solicitante como único y legítimo titular de la marca, se pueden empezar a ejercer los derechos otorgados por la concesión.

La concesión de la marca otorga a su titular el derecho a los demás, es decir prohibir a cualquier persona que no cuente con autorización de realizar los siguientes actos:

1. Aplicar la marca sobre productos para los cuales se ha registrado; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, o empaques de tales productos.



2. Suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos.

3. Fabricar, tener o comercializar todo lo relacionado con las etiquetas, los envases, envolturas, etc.



*35

Marca
REGISTRADA

Ray-Ban

4.

Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios.

Marca
NEGADA

Boy-Lan

5. Usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoria.

6. Usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoria, cuando ello causase dilución de la fuerza distintiva o del valor del signo. (Introducir en el comercio, importar, exportar, almacenar o transportar y emplear en publicidad, publicaciones o documentos comerciales).



PARA RECORDAR

**La marca debe usarse tal y como fue registrada.
Los cambios en elementos denominativos o gráficos
implican la necesidad de un nuevo registro.**

16.

Limitaciones al derecho de marca

Como se dijo anteriormente, no existe ningún derecho absoluto y las marcas no son la excepción. La legislación impone ciertas limitaciones a los titulares de las marcas en su utilización exclusiva de las mismas. Las limitaciones más importantes consisten en que el titular de un registro, no puede prohibir a un tercero que:

- a) Utilice en el mercado su propio nombre, domicilio o seudónimo.
- b) Utilice un nombre geográfico o cualquier otra indicación cierta relativa a la especie, calidad, lugar de origen u otras características de sus productos o de la prestación de sus servicios.
- c) Utilice para anunciar productos legítimamente marcados.
- d) Realice publicidad comparativa, ofrecimiento en venta o indicación de existencia o disponibilidad.
- e) Utilice para indicar la existencia de accesorios o piezas de recambio.
- f) Informe al consumidor sobre el destino específico de los productos.

Todo lo anterior, siempre que el uso sea de buena fe, se limite a un propósito de información al público y no sea susceptible de inducirlo a confusión sobre el origen empresarial de los productos o servicios.

17.

Terminación de los derechos

El registro de marca puede desaparecer de la vida jurídica por decisión expresa de su titular, cuando media la renuncia al derecho o por abstenerse de solicitar la renovación del registro, con lo cual opera la caducidad de pleno derecho, en los términos que se indicaron previamente. También puede darse la pérdida del derecho en caso de que el acto administrativo de concesión sea anulado por el Consejo de Estado o cuando, en razón de determinadas circunstancias, se cancele el registro marcario.

V.

FUENTES Y CRÉDITOS

FUENTES:

- ✓ *Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones*
- ✓ *Decisión 689 de 2008 de la Comunidad Andina de Naciones*
- ✓ *Circular Única – Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)*

FUENTES Y AUTORES DE LAS IMÁGENES

- *1. www.pixabay.com: Michal Jamoluk, Venita Oberholster, Mark Mags, Benjamin Nelan, Succo.
www.dinero.com. alkaidediciones.com
- *2. www.pixabay.com: Gerd Altmann
- *3. www.pixabay.com: Alexandra (Alexas_Fotos), Robert_C, Anna (AnnaER), Dominik Eglin (DodoEglin), Vieleineinerhuelle, Chiemsee2016
- *4. www.pixabay.com: PublicDomainPictures
- *5. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: 777546, Barrie Taylor, Gerd Altmann
- *6. www.pixabay.com: Gerd Altmann
- *7. www.pixabay.com: James Osborne
- *8. www.pixabay.com: PublicDomainPictures
- *9. www.pixabay.com: Gerd Altmann
- *10. www.pixabay.com: Frank Pizzacalla; Daria Nepriakhina;
usuarios con seudónimo: tookapic, stokpic, Alexandra (Alexas_Fotos), skeeze
- *11. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: 422737
- *12. www.pixabay.com: Peggy und Marco Lachmann-Anke
- *13. www.pixabay.com: Isabel Fernández
- *14. www.pixabay.com: Alexandra (Seudónimo: Alexas_Fotos)
- *15. Archivo SIC: Jorge Ramírez.

- *16. www.pixabay.com: Frank Pizzcalla
- *17. www.pixabay.com: Krzysztof
- *18. www.pixabay.com: OpenClipart-Vectors
- *19. www.pixabay.com: Oberholster Venita, Steve Buissinne
- *20. Archivo SIC: Jorge Ramírez.
- *21. www.pixabay.com: Charles Risen
- *22. www.corona.co
- *23. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: 777546
- *24. www.pixabay.com: Berenice Calderón, Usuario seudónimo: Devanath
- *25. www.pixabay.com: PublicDomainPictures
- *26. www.pixabay.com: Michal Jarmoluk
- *27. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: Unplash
- *28. Archivo SIC: Jorge Ramírez.
- *29. www.pixabay.com: Anthony (Seudónimo: Inspiredimages)
- *30. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: Unplash
- *31. www.pixabay.com: Thomas B. (Seudónimo: Didgeman)
- *32. www.pixabay.com: David Peña
- *33. www.pixabay.com: Clker-Free-Vector_Images
- *34. www.pixabay.com: Usuario seudónimo: Succo
- *35. www.pixabay.com: Hans Braxmeie

VI. ANEXO

GUÍA DE BÚSQUEDA GRATUITA DE SIGNOS DISTINTIVOS EN SIPI

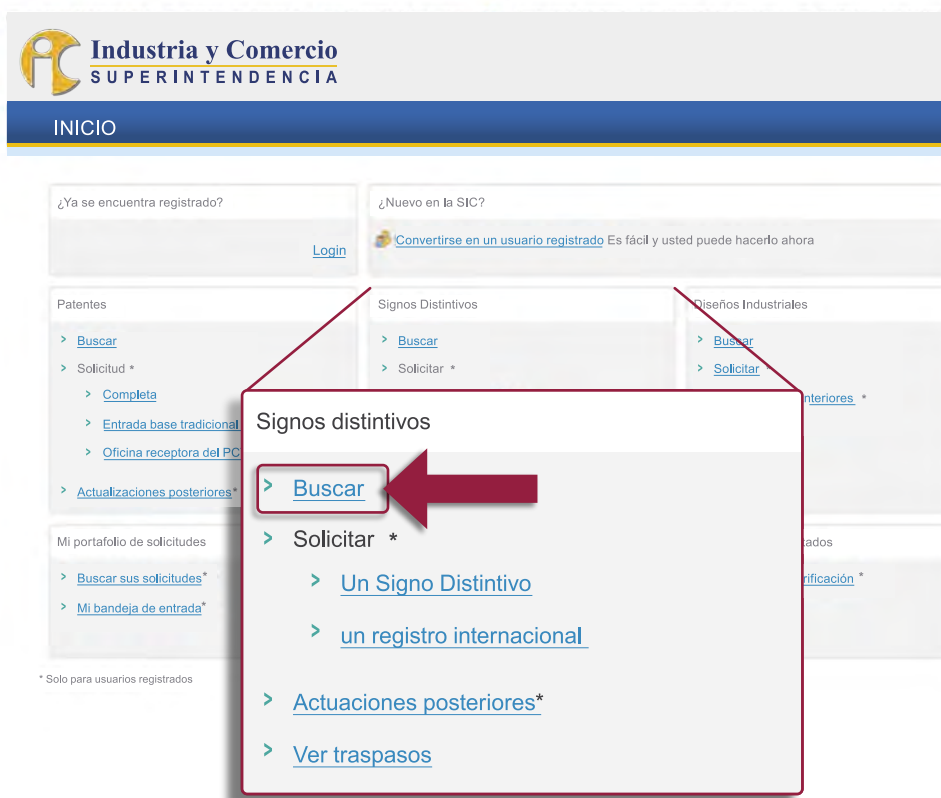


OFICINA
VIRTUAL DE
PROPIEDAD
INDUSTRIAL

Para hacer búsquedas de Signos Distintivos
NO ES NECESARIO TENER UN USUARIO REGISTRADO EN SIPI.

PARA REALIZAR LA BÚSQUEDA:

1. Ingrese a la página web www.sic.gov.co
2. Busque la opción SIPI- Oficina virtual de Propiedad Industrial.
3. Al ingresar, seleccione la opción [Buscar](#) en el recuadro de [Signos Distintivos](#).



GUÍA PARA BÚSQUEDA GRATUITA DE SIGNOS DISTINTIVOS

Esta opción lo dirige a la **PANTALLA DE BUSCAR UN CASO DE SIGNOS DISTINTIVOS**, en la que usted puede hacer un primer tipo de búsqueda por el número de solicitud o por palabras clave de la denominación del signo.

The screenshot shows the top of the 'Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA' website. The navigation bar includes 'INICIO > Buscar un caso de Signos Distintivos'. Below the header, there is a search section with the text: 'Introduzca la palabra clave o el número de solicitud para realizar una búsqueda simple. Para una búsqueda más avanzada, seleccione el enlace de abajo y más criterios estarán disponibles.' A red arrow points down to the search input field, which is highlighted by a red box with the text: 'Escriba acá el número de solicitud o las palabras clave del signo que está buscando.' Below the input field are three buttons: 'Buscar', 'Limpiar', and 'Búsqueda Avanzada'. The footer contains contact information: 'Cra. 13 No. 27-00 pisos 1,3,4,5,6,7 y 10 - PBX: (571) 5870000 • Call center (571) 5920400 - Línea gratuita nacional 018000-910165 www.sic.gov.co - e-mail: contactenos@sic.gov.co - Bogotá D.C., Colombia'.

En esta misma **PANTALLA DE BUSCAR UN CASO DE SIGNOS DISTINTIVOS** puede ingresar a la búsqueda avanzada:

This screenshot is similar to the previous one, showing the same search interface. However, a red box highlights the 'Búsqueda Avanzada' button, with a red arrow pointing to it from a larger red box containing the text 'Búsqueda Avanzada'. The rest of the page, including the header, search instructions, input field, and footer, is identical to the previous screenshot.

En la **PANTALLA DE BÚSQUEDA AVANZADA** encontrará más criterios de búsqueda.

INICIO >
Buscar un caso de Signos Distintivos

Introduzca la palabra clave o el número de solicitud para realizar una búsqueda simple.
Para una búsqueda más avanzada, seleccione el enlace de abajo y más criterios estarán disponibles.

Criterio de búsqueda

Palabra clave/ número de solicitud	
	Puede utilizar como comodín los caracteres (*) y (?) para ampliar su búsqueda. Puede utilizar combinaciones de AND, OR, NOT, corchetes y comillas para crear consultas de búsqueda más avanzada. Por favor, consulte nuestra guía para la búsqueda en línea Signos Distintivos. Para hacer búsqueda por imagen, usted necesitará usar la Clasificación de Viena
Número de solicitud	
Número de registro	
Título de la solicitud	

TIPS PARA LA BÚSQUEDA POR PALABRAS CLAVE

DOS (2) PALABRAS

Si se digitan dos o más palabras, se mostrarán resultados que cumplan al menos con una de las palabras, por ejemplo al buscar LIMÓN VERDE, se mostrarán los resultados que contengan tanto la palabra “limón” como la palabra “verde”.

IGUAL QUE

“ ”
comillas

Si digita dos palabras entre comillas (“ ”) se mostrarán solo los resultados de los signos que contengan todas las palabras digitadas y en ese orden.

CONTIENE

[]
corchetes

Si pretende encontrar resultados que CONTENGAN los términos buscados, así se encuentren acompañados de otras palabras, puede encerrarlos entre corchetes [].

COMODINES

Puede hacer uso de caracteres especiales para ampliar el rango de la búsqueda, así:

ASTERISCO



Reemplaza TODOS los caracteres en la posición en la que se coloque de la palabra, debe estar precedido o seguido de algún otro caracter. El asterisco solo no generará resultados.

◆ AL INICIO DE LA PALABRA (o en vez de las primeras letras):

Busca todo lo que termine en las letras y números que complementen el criterio a buscar.

Por ejemplo, si se busca el término ***COMERCIO**, un ejemplo de los resultados que podría encontrar son los siguientes.

- ◆ Mincomercio
- ◆ Cámara de comercio
- ◆ Fiducomercio
- ◆ Superintendencia de Industria y Comercio

◆ AL FINAL DE LA PALABRA:

Si se incluye el asterisco al final de la palabra, encontrará lo que termine con los caracteres incluidos en la búsqueda. Por ejemplo, la búsqueda de **SÚPER*** le permitirá encontrar resultados como:

- ◆ Superintendencia
- ◆ Superior
- ◆ Supersociedades

◆ EN LA MITAD DE LA PALABRA:

También podrá incluir el asterisco en la mitad de una palabra, para encontrar expresiones que empiecen y terminen con los caracteres establecidos. Buscar el término **MI*TERIO** arrojará como resultado, por ejemplo:

- ◆ Misterio
- ◆ Ministerio

INTERROGACIÓN FINAL



Con este símbolo puede **REEMPLAZAR UNA LETRA DE LA PALABRA** que quiere consultar, y el sistema realizará la búsqueda independientemente del carácter que exista en esa posición.

El sistema buscará **palabras con igual número de caracteres**, pero cambiando en ella aquél carácter donde se digitó la interrogación.

Entonces, una búsqueda realizada con el término TE?H, permitirá encontrar palabras como:

- ♦ Tech
- ♦ Tekh
- ♦ Teah
- ♦ Teeh

AND

Si desea asegurar la búsqueda de dos o más términos, independiente del orden, puede incluir la palabra AND (en mayúscula) entre cada palabra. De esta forma obtendrá resultados que contengan ambas palabras. La búsqueda INDUSTRIA AND COMERCIO, limitará los resultados a expresiones en las que aparezcan ambas palabras.

OR

Con este comando, puede hacer búsquedas en donde los resultados contengan alguno de los dos términos buscados, no necesariamente todos. Este criterio de búsqueda es muy adecuado para realizar búsquedas de signos complejos que puede remplazar una de las palabras por varios sinónimos. Puede utilizar en una misma búsqueda dos palabras parecidas, por ejemplo FRESCO OR FRESH.

NOT

Este comando permite excluir de la búsqueda términos para limitarla a configuraciones nominativas más relevantes. Es ideal para excluir palabras genéricas o descriptivas. Por ejemplo, puede hacer una búsqueda del tipo INDUSTRIA NOT SUPERINTENDENCIA, para que arroje los resultados que contienen la palabra “industrial”, pero que no traiga aquellos que tienen la palabra “superintendencia”.

Todos estos comodines pueden ser combinados de tal manera que le permita hacer búsquedas más detalladas, acorde a las necesidades.

Una búsqueda más detallada arrojará un menor número de resultados, pero más cercana a lo pretendido.



Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA