

LOS DAÑOS PATRIMONIALES POR LA INFRACCIÓN MARCARIA EN COLOMBIA*

The economic damages for trademark infringement in Colombia

Sebastián Baena Valencia**

Resumen

En el marco global actual, el derecho de la propiedad industrial protege bienes (creaciones intelectuales) que tienen un valor significativo para sus titulares y cumplen un rol importante en la participación de estos en la actividad económica. Será gracias a estos, que la clientela y el consumidor en general sepan qué tipo de servicios o productos se trata para mantener o conseguir una posición de liderazgo en el mercado, No hace tanto tiempo que las nuevas tecnologías han cambiado nuestra forma de vida el acceso a la información y hasta la forma de disfrutar de la cultura en cualquier rincón del mundo.

Los cambios producidos por la combinación de los sectores informáticos y de las telecomunicaciones, nos han traído un nuevo concepto de sociedad, la llamada "Sociedad de la Información", caracterizada por su capacidad ilimitada de acceder y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera.

Así, ha cambiado el concepto de información, y la manera en que disfrutamos de las creaciones del intelecto; y, en su consecuencia, han tenido que modificarse las formas de protección legislativa y de la tecnología de todas las creaciones.

Esta situación necesita de una respuesta urgente, contundente y no solo a nivel Nacional, sino a un nivel mundial, para poder adaptar el derecho a la nueva realidad. En este sentido es necesario que un país disponga de un sistema actualizado y eficiente de protección a la propiedad intelectual que regule el elemento creativo en el mercado, facilitando así el intercambio de bienes y servicios.

*Este artículo de investigación, hace parte del proyecto de investigación titulado: "Responsabilidad Patrimonial por Infracción a los Derechos de Propiedad Intelectual", inscrito en la línea de Informática y Tecnología del Grupo de Estudios Jurídicos de la Facultad de Derecho (GEJIT) de la Universidad CES. Fue realizado bajo la asesoría y coordinación del Abogado, docente, consultor e investigador David Aristizábal Velásquez, para optar por el título de abogado.

** Estudiante de último semestre de Derecho de la Universidad CES (Medellín). Correo Electrónico: Sebastian.baena@hotmail.com

Palabras Claves: Propiedad Intelectual; Marca Comercial; Infracción Marcaria; Responsabilidad Civil; Daños Patrimoniales.

Abstract

In the global context in which we currently find ourselves, the right to protect industrial property assets (intellectual) that have significant value for their owners and play an important role in the participation of these in economic activity. It will be through these, the clientele and the general consumer know what type of services or products is to maintain or achieve a leading position in the market. In this sense it is necessary that a country has a contemporary system of protection of intellectual property governing the creative element in the market, thus facilitating the exchange of goods and services.

Key Words: Intellectual property; Trademark; Trademark infringement; Liability; damage Heritage

INTRODUCCIÓN

Con este artículo se buscan responder a las siguientes preguntas ¿Cómo se valora una marca?, para poder determinar los daños patrimoniales por la infracción marcaria; ¿Son indemnizables en nuestro país los daños patrimoniales (daño emergente y lucro cesante) derivados de la infracción de un tercero no autorizado de una marca comercial?

Se evaluara y se hará uso del tratamiento jurisprudencial, para poder determinar el alcance que se le ha dado a la protección de los derechos de propiedad intelectual en nuestro país, más concretamente en el tema marcario. Para lograr este objetivo me ceñiré a los pronunciamientos emitidos por la Corte de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, los emitidos por las Altas Cortes (que vienen a ser los órganos de cierre) y finalmente las decisiones proferidas por la Delegatura de los asuntos jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Para darle al lector un orden en el desarrollo del mismo, comenzaré explicándole los elementos fundamentales de la propiedad intelectual y los alcances y fundamentos básicos de la responsabilidad civil en Colombia, esto enmarcado dentro del primero de tres capítulos denominado nociones preliminares. Para poder así, brindarle los conceptos más relevantes del tema, y así poder darle continuidad al tratamiento legal o legislativo sobre la reparación de los daños patrimoniales por la infracción de la marca teniendo como referencia el ordenamiento jurídico nacional y el tratamiento comunitario (Decisión 486 del 2000, acuerdo de Cartagena acordado por la Comunidad Andina de Naciones D.A/486), así con esto se abordaría la temática que compone el segundo capítulo, para finalizar hablando en el último capítulo de los antecedentes judiciales y jurisprudenciales en Colombia.

La metodología que emplearé para el desarrollo del artículo será la exploratoria y explicativa, por tanto el propósito del trabajo es facilitar la aproximación del lector al derecho de la Propiedad Intelectual y para conseguirlo se ha buscado:

-Tratar los temas más relevantes en la materia; es decir, los signos distintivos, las invenciones, los diseños industriales, los secretos empresariales y las variedades vegetales.

-Tomaré en consideración no solo las fuentes normativas nacionales sino también las internacionales de creación del derecho de la propiedad industrial.

Es importante entender que la Propiedad Industrial protege bienes (creaciones intelectuales) que tienen un valor significativo para sus titulares y cumplen un rol fundamental en la participación de éstos en la actividad económica. En efecto, será gracias a ellos que podrán, por ejemplo, acercar sus productos o servicios a su clientela (a través de los signos distintivos) o disponer de los avances tecnológicos (a través de las invenciones), útiles en la búsqueda o mantenimiento de una posición de liderazgo en el mercado global. En este sentido como lo indica el profesor Juan David Castro García "*Es necesario que un país disponga de un sistema moderno y competitivo de protección a la propiedad industrial que regule la participación del elemento creativo en el mercado, facilitando así el intercambio de bienes y servicios*". (Castro, 2009 p. 20). Considero importante señalar que, los participantes del mercado deben de conocer la forma como dicho sistema de protección se ha organizado para facilitar la actividad económica en los diferentes mercados.

Esto por parte de las empresas y propietarios de la propiedad intelectual como de los consumidores de los bienes y servicios que estos comercializan y/o desarrollan, para regularlos conforme a las necesidades del siglo XXI en un mercado global (globalización).

Objetivos:

De un lado determinar las nociones preliminares sobre los elementos de la Propiedad Intelectual y su relación con los alcances y fundamentos de la Responsabilidad Civil, segundo: Establecer el tratamiento legal o legislativo sobre la reparación de los daños patrimoniales por la infracción de una marca comercial (teniendo en cuenta nuestra legislación Código Civil y las decisiones Internacionales ó Decisión 486/00); y finalmente tercero: Mencionar los antecedentes judiciales y jurisprudenciales en Colombia (Pronunciamientos de la Corte de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones; de Órganos de Cierre ó Altas Cortes y las Decisiones de la Delegatura de los asuntos jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio).

Sumario

1. Nociones Preliminares: Elementos de la Propiedad Intelectual. 1.2. Alcances y fundamentos de la Responsabilidad Civil. 2.1. Legislación Nacional, Código Civil. 2.2. Legislación Comparada, Acuerdo de Cartagena ó Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones. 3. Antecedentes Judiciales y Jurisprudenciales en Colombia. 4. Conclusiones. 5. Referencias Bibliográficas.

1. Elementos de la propiedad intelectual

La Propiedad Intelectual hace referencia a toda creación del intelecto humano. Las obras literarias, artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; las invenciones en todos los campos de la actividad humana; los descubrimientos científicos; los dibujos y modelos industriales; las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como las denominaciones de origen; y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico.

Los derechos de Propiedad Intelectual se dividen en dos ramas que protegen los intereses de los creadores al ofrecerles ventajas en relación con sus creaciones: La propiedad Industrial y La Protección a Derechos de Autor y conexos.

Mediante sentencia, la SIC óSuperintendencia de Industria y Comercio- decidió el proceso de infracción marcaría promovido por Agrocampo S.A.S en contra de Manuel Adolfo Vergara Corena (propietario del establecimiento de comercio denominado Ferretería Agrocampo) ubicado en Sincelejo.

En dicha sentencia el ente regulador encontró que el demandado infringió los derechos marcarios de Agrocampo y, en consecuencia, le ordenó la cesación inmediata de cualquier uso que estuviere haciendo en el mercado de las marcas protegidas y ordenó la correspondiente indemnización de perjuicios.

Esta decisión es histórica en la protección de derechos de propiedad intelectual en Colombia, pues se trata de la primera sentencia proferida por la Superintendencia de Industria y Comercio en esta materia desde que se le otorgaron funciones jurisdiccionales por el código general del proceso ó Ley 1564 de 2012.

El derecho al uso exclusivo de las marcas en Colombia se adquiere únicamente por medio del registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio (Art. 54 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina) el cual, como todos los actos administrativos goza de la presunción de legalidad (Penagos 1996, p. 365)

La presunción de legalidad del acto administrativo, consiste en su sumisión a la Constitución y la ley que debe fundarse. Enseña el profesor José Roberto Dromi que ésta, se entiende como presunción de validez del acto administrativo mientras su posible nulidad no haya sido declarada por autoridad competente. Los actos administrativos, por serlo, tienen en su favor la presunción de constituir el ejercicio legítimo de la autoridad administrativa y, por consiguiente, toda invocación de nulidad contra ellos debe ser necesariamente alegada y probada en juicio; así sucede cuando se han desconocido o vulnerado principios de derecho público o garantías individuales) y es obligatorio (Código Contencioso Administrativo, artículo 66) , hasta tanto no sea anulado por la jurisdicción contencioso administrativa o pierda su fuerza ejecutoria, entre otras, por virtud de una suspensión provisional. Así mismo se debe precisar que la concesión del registro de una marca presupone el estudio previo de registrabilidad en el que se analiza que la misma no se encuentra incurso dentro de ninguna de las causales de irregistrabilidad dispuestas en la normativa supranacional (Artículos 135 y 136 de la Decisión 486 de 2000).

Uso de las marcas

El titular del registro de una marca, el cual se encuentra amparado por la presunción de legalidad del acto que la concede, podrá ejercer el derecho que el mismo le confiere y usar el signo en los términos en los que fue concedido, sin desdibujar su distintividad o vulnerar el ordenamiento legal.

Así mismo, con el uso de la marca no se puede vulnerar la normatividad o los derechos de terceros, ya que solamente el uso que se ajuste a los fines propios del derecho conferido mediante registro, en concordancia con lo dispuesto en el ordenamiento legal, puede ser objeto de protección.

La literatura destinada a explicar, en el idioma español, los fundamentos y la especificidad del Derecho de la propiedad intelectual, ha existido entre los autores de Iberoamérica desde la primera mitad del siglo pasado. Estas obras, siguen siendo instrumentos de consulta para toda persona que tiene asignada una tarea relacionada con la adquisición, conservación, ejercicio, defensa y respeto, de los derechos que recaen sobre los bienes inmateriales de la empresa, esto es, de los derechos de propiedad intelectual.

Esos derechos recaen sobre una serie de bienes que tienen en común su carácter incorpóreo, intangible o inmaterial. Por ello, hay quienes usan indistintamente la expresión propiedad intelectual ó Rangel Medina - o propiedad inmaterial - Gama Cerqueira -, para referirse a este conjunto de bienes; otros adoptan la expresión de bienes jurídicos inmateriales.

La propiedad intelectual es en realidad un nombre colectivo que sirve para agrupar a dos grandes disciplinas jurídicas conocidas: I. la Propiedad Industrial de un lado; y II. el Derecho de autor y los derechos conexos, por el otro.

La propiedad industrial

La propiedad industrial es también un nombre colectivo con el que los comentaristas legales, académicos, abogados, y redactores de la norma, acostumbran agrupar a otras dos categorías de derechos: I. Las Creaciones Industriales y II. Los Signos Distintivos.

Al sector de las Creaciones Industriales novedosas corresponden las Patentes de Invención, los Diseños Industriales (dibujos industriales y modelos industriales), y los Modelos de Utilidad. En este mismo sector, quedan agrupadas otras manifestaciones que tienen más elementos en común con las creaciones industriales novedosas que con otras instituciones de la propiedad industrial, razón por la cual, ha parecido recomendable agruparlas a un lado de los derechos que recaen sobre las creaciones industriales novedosas, como derechos vecinos del derecho de patentes. Estos últimos, incluyen a: los secretos empresariales, tanto secretos industriales como secretos comerciales; las variedades u obtenciones vegetales y los diseños de circuitos integrados.

A un lado de las creaciones industriales novedosas, y formando parte de la propiedad industrial, se ubican los Signos Distintivos en donde quedan agrupadas las Marcas, los Nombre Comerciales, los Anuncios o Avisos Comerciales y las Denominaciones de Origen.

Estas dos categorías, Creaciones Industriales y Signos Distintivos, son las dos principales categorías de derechos representativos de la propiedad industrial que tienen como complemento la disciplina represora de la competencia desleal; de modo que la competencia desleal es la tercera categoría de instituciones integrantes de la propiedad industrial, tal como se entienden las cosas en el tratado internacional más antiguo que existe en materia de propiedad industrial, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883 (en adelante Convenio de París) en vigor en más de tres cuartas partes del planeta.

Hasta aquí he venido refiriendo a la vertiente de la propiedad intelectual representada por la propiedad industrial.

El derecho de autor

Como bien lo señala el Profesor Horacio Rangel Ortiz en su texto La Observancia de Los Derechos de Propiedad Intelectual (Rangel 2011, p. 11) :

La segunda gran vertiente de la propiedad intelectual está representada por el derecho de Autor, disciplina que también se conoce con el nombre de Propiedad Literaria, Artística y Científica, o simplemente Propiedad Intelectual en sentido estricto. La expresión propiedad intelectual se usa en España para referirse a los derechos de autor. Dado el carácter equívoco que tiene la expresión propiedad intelectual (en sentido amplio y en sentido estricto o limitado), lo recomendable es referirse al Derecho de Autor de esta forma.

A diferencia de los derechos de propiedad industrial que recaen sobre bienes inmateriales que corresponden a la industria en su más amplia acepción, los derechos de autor recaen sobre bienes inmateriales que pertenecen al mundo de las artes, de las obras de arte, en el más amplio sentido que se puede asignar al vocablo.

El derecho de autor tiene dos manifestaciones representadas por el derecho económico o pecuniario por un lado, y el derecho moral, por el otro. Lo que se tiene en mente en uno y otro caso son los derechos de los autores. Los artistas intérpretes y ejecutantes también tienen un lugar en el mundo de los derechos intelectuales, un lugar similar al que se asigna a los derechos vecinos del Derecho de Patentes. Me refiero a los derechos Conexos -pues lo son respecto de los derechos de autor- de los artistas intérpretes y ejecutantes, por un lado, y de los productores de fonogramas por otro. A estos personajes y a las interpretaciones, ejecuciones y producciones que realizan y a los derechos que recaen sobre ellas, se les asigna un lugar a un lado de los derechos de autor como Derechos Vecinos o Derechos Conexos del Derecho de Autor.

Eso es lo que debemos entender por Propiedad Intelectual y por cada una de sus dos grandes ramas representadas por la Propiedad Industrial y el Derecho de Autor.

Competencia desleal

Los derechos de propiedad industrial tienen como complemento indispensable la disciplina de la llamada competencia desleal. A diferencia de los derechos de propiedad intelectual que, como regla general, toman la forma de derechos exclusivos de explotación que recaen sobre los bienes inmateriales de la empresa, la disciplina de la competencia desleal no contempla derechos exclusivos a favor de un titular. La disciplina de la competencia desleal trata de obligaciones; específicamente de obligaciones a cargo de los comerciantes. Las reglas de la competencia desleal exigen

que todo comerciante se conduzca conforme a los usos honestos en materia industrial y comercial. La violación a esta obligación legal otorga al comerciante, el derecho sustantivo de iniciar una acción de competencia desleal con miras a la cesación de los actos de competencia desleal, y a la obtención de la indemnización correspondientes. A pesar de que la acción no se ejercita con base en la violación de un derecho exclusivo, a la disciplina de la competencia desleal con frecuencia se le ubica a un lado de la propiedad industrial, e incluso, como formando parte de la propiedad industrial. Ello se debe en gran parte al hecho de que la definición de competencia desleal que aparece en el Convenio de París, incluye, una referencia expresa a la competencia desleal, complementada con una reglamentación contenida en los tres párrafos que componen el artículo 10 del Convenio de París. No obstante, el ejercicio de la acción de competencia desleal no está restringido a temas asociados con la propiedad industrial, pues es un hecho que esta acción legal está disponible para todo tipo de situaciones vinculadas de modo directo, o indirecto, con la propiedad intelectual en el más amplio sentido del vocablo.

1.2 Alcances y fundamentos de la responsabilidad civil

Como bien lo señala el profesor Philippe Le Tourneau en su libro: La responsabilidad civil (Le Tourneau. 1972, p. 37)

La responsabilidad civil ocupa un lugar considerable en el derecho contemporáneo y su aplicación es muy frecuente. Consiste en la obligación de responder ante la justicia por un daño cometido y de reparar las consecuencias compensando a la víctima. Su objetivo principal es la reparación, la cual consiste en restablecer el equilibrio que había sido roto, por el autor del daño, entre su patrimonio y el de la víctima; presenta también un aspecto preventivo (que conduce a los ciudadanos a actuar con prudencia, a fin de evitar el compromiso de su responsabilidad).

La responsabilidad civil permite también diluir la carga de un daño, cuando es inequitativo que este sea soportado por quien no lo ha causado (por la vía de la seguridad social y del seguro). Finalmente la reparación conlleva un aspecto punitivo (de pena privada), especialmente cuando una indemnización es concedida a la víctima de un daño moral, pese a que el dolor no es apreciable en dinero.

La responsabilidad civil posee diversas variedades. En primer lugar, la responsabilidad por falta (culpa), en la cual el acto dañino se manifiesta por la violación de una obligación,

poco importa que el acto sea involuntario o voluntario. Cualquiera puede también estar obligado frente a la víctima por el hecho de un tercero (responsabilidad por el hecho ajeno). La responsabilidad puede inclusive resultar de ciertas cosas que se tiene bajo custodia.

Finalmente, existe un régimen propio del desfallecimiento contractual. Sus modalidades particulares están destinadas a permitir el respeto en el tiempo de la voluntad inicial de las partes. Si una de ellas no cumple su compromiso, la otra, al no lograr obtener satisfacción, después de una constitución en mora que queda sin efecto, demandara la ejecución (Faureabad. 1997, p.323 y ss):

La fuente de la obligación pues, no reside tanto en la inejecución como en el contrato mismo. Si existe una diferencia entre lo que una de las partes esperaba legítimamente del contrato y lo que ella ha recibido, es esta diferencia lo que se denomina (eventualmente bajo otra forma: una suma de dinero). Cuando la obligación inicial, engendrada por el contrato, no es ejecutada, no puede serlo o no presenta interés para el acreedor, ella subsiste bajo la forma de una obligación de reparación, que no es más que la manera de considerar la primera: un modo de ejecución del contrato, diferente sin duda del que estaba previsto (puesto que no es el mismo) y es a menudo diferido, pero de modo de ejecución al fin y al cabo.

Dos condiciones esenciales son comunes a las diversas categorías de responsabilidad civil: la necesidad de un daño y de un nexo de causalidad (efecto entre el perjuicio y el hecho dañino). Solo el perjuicio directo podrá ser reparado, porque solo él está ligado por ese nexo de causa a efecto al acto imputado al responsable, el hecho generador. Estas expresiones demuestran a su vez que la causalidad es objetiva. Se trata pues de un encadenamiento de circunstancias que al juez encargado le toca desentrañar según sea el caso.

2.1. Tratamiento Legal o Legislativo sobre la reparación de daños patrimoniales por la infracción de la marca.

El contenido del derecho de propiedad industrial (particularmente el derecho de marcas) ha sido objeto de análisis que concluyen en teorías que sugieren posibilidades como la de incluirlo en la categoría de los llamados derechos personales o la de crear una categoría *sui generis* de derechos denominados derechos intelectuales. Sin embargo, se considera que el derecho de propiedad intelectual es un derecho de propiedad -real e incorporal- que se ejerce sobre un bien mueble o activo intangible que se materializa a través de un derecho exclusivo de explotación que tiene el titular del mismo. Tratándose de marcas, este derecho se ejercita sobre un signo distintivo.

El contenido exclusivo del derecho de propiedad con respecto a la marca y frente a terceros, se manifiesta en la posibilidad que tiene su titular de explotar, vigilar la utilización y de prohibir a otros el tomar atribuciones o derechos que no le han sido previamente autorizados por él mismo, así como también la facultad legal de ejercer acción reivindicatoria, la cual consiste en la facultad que posee el titular del signo de proteger el derecho real de dominio de éste, impidiendo que terceros no legitimados ejerzan actos que perturben la disposición, uso o usufructo sobre el intangible; en otras palabras, la protección del derecho de propiedad que le fue indebidamente sustraído o afectado. Este derecho que se ejerce sobre un signo distintivo no se diferencia del derecho de propiedad que se ejercen sobre los demás bienes puesto que es un derecho exclusivo, oponible a terceros y el cual se ejerce dentro de un espacio geográfico definido. La única particularidad, consiste en que debe ejercerse dentro de los límites que define el principio de especialidad¹ lo que significa que el derecho de propiedad se ejerce única y exclusivamente sobre la relación particular de un signo con los productos o servicios designados en su registro y no en relación con todos los productos y/o servicios presentes en el mercado.

A diferencia de lo que sucede con los otros derechos de propiedad intelectual, sobre el derecho de marcas no se ejerce un derecho de exclusividad total sobre el signo, sino un derecho de explotación exclusiva del signo en relación con un producto y/o servicio, lo que indica que otras personas pueden ejercer el derecho sobre el mismo signo en relación con otros productos y/o servicios. Esto, siempre y cuando el uso del mismo signo por dos o más personas diferentes y en relación con los productos diferentes no cree un riesgo de confusión sobre el origen de los mismos en la voluntad del consumidor de dicho mercado.

Siendo así, la marca no solo representa un interés para su titular (comerciantes, fabricantes o suministrador de servicios, entre otros) sino también para el consumidor (que puede escoger más fácilmente los que desea consumir) y para todo el sistema económico que no podría funcionar correctamente sin que la ley otorgara un derecho exclusivo de propiedad industrial sobre ellas. Las funciones que cumplen las marcas y que justifican tanto su existencia como la protección que les otorga por la ley son diversas.²

¹ *“La razón de este principio con respecto a la marca, es de preservar la libertad de comercio y de industria evitando que los signos susceptibles de constituir marcas sean monopolizados de manera abusiva, es decir, más allá de las necesidades de los depositantes. También señala que un signo no se puede proteger como marca de manera absoluta en relación con todos los productos y/o servicios presentes en un mercado ósalvo el caso de la marca notoria-, sino de manera relativa en relación únicamente con los productos y/o servicios indicados por el interesado al momento de la solicitud del registro del signo. La presencia de este principio en el derecho marcario es fundamental, puesto que es el criterio que nos permite determinar la disponibilidad del signo, su novedad, su carácter distintivo y su carácter engañoso; Vale mencionar que la aplicación de dicho principio puede variar de un país a otro”* (Castro García. 2009, p. 54).

² Función clásica: El objetivo principal de una empresa consiste en lograr la consecución de una clientela para sus productos o servicios, y para esto se necesita disponer de signos distintivos que permitan identificarlos o

El derecho de la propiedad intelectual encuentra su base legal - a nivel nacional - en los artículos 61 de la Constitución Nacional³ y 671 del Código Civil⁴, y en derecho de marcas comunitario andino. Y finalmente el artículo 58 de la Carta Política, el cual establece el respeto de la propiedad privada:

ARTICULO 58. Modificado por el art. 1, Acto Legislativo No. 01 de 1999. el nuevo texto es el siguiente: Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultare en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social.

La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica.

El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad.

Por motivos de utilidad pública o interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Este se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por

diferenciarlos dentro del mercado; consiste entonces en permitir que el consumidor "distinga" a los diferentes competidores del mercado, diferenciando con el menor nivel de confusión posible, los productos y/o servicios que ellos ofrecen. La marca cumple de esta manera, un papel de diferenciación de los productos., Función Esencial: Consiste en permitir al consumidor la identificación del origen de los productos que consume. Es en esta "garantía de origen" de los productos o servicios que se encuentran también justificación en un sistema de registro de marcas basado en la autorización acordada por un ente público al uso exclusivo de un signo en relación con unos productos o servicios determinados. Esta función contribuye a fidelizar al consumidor no sólo con el producto sino con su fabricante; La Función de defensa de la imagen de la empresa: Muchas empresas acompañan sus esfuerzos comerciales y publicitarios de posicionamiento en el mercado de sus productos con mensajes sobre los valores comerciales que ellas han adoptado y que representan su identidad e imagen empresarial. Valores que son transmitidos por las marcas y que, una vez identificados por el público (a través de una acumulación lenta y reiterada de experiencias y percepciones). adquieren una importancia económica apreciable para la empresa. La marca constituye para esa empresa el mecanismo legal más útil en la defensa de esos valores empresariales; Función Publicitaria o de comunicación: En la medida que una marca pueda transmitir una cierta imagen de la empresa que fábrica los productos o suministra los servicios marcados, ella cumple una función publicitaria. En este sentido la marca constituye un elemento primordial de las estrategias de marketing y de comunicación de la empresa y Función de garantía de buena calidad: Se cumple, únicamente, en el caso de marcas de verificación y, eventualmente, en las marcas colectivas. Las indicaciones geográficas también cumplen ese rol (Castro García. 2009, p. 66 a 68).

³ Constitución Política de Colombia, Art. 61: "El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley".

⁴ Código Civil, Art. 671: "Las producciones del talento o del ingenio son una propiedad de sus autores. Esta especie de propiedad se regirá por leyes especiales".

vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa-administrativa, incluso respecto del precio.

Antes del surgimiento de la normatividad andina, la protección legal de las marcas en Colombia estaba regulada por las normas del Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) el cual se ocupaba de las marcas y otros signos distintivos en los artículos 516, 568 a 570 y 584 al 602. Sin embargo, la vigencia de esta normatividad se encuentra actualmente suspendida por la existencia de normas de derecho comunitario andino que regulan dichos temas, las cuales gozan de aplicación prevalente y referente frente a las disposiciones del Código de Comercio.

Así mismo se debe citar también el Decreto 2591 de 2000 que regula parcialmente la Decisión Andina 486 en lo relativo al derecho de prioridad y la renovación del registro. La Delegatura para la Propiedad Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia crea a su vez pautas normativas a través de reglamentaciones, instrucciones, resoluciones y circulares únicas.

Ahora bien, este derecho a nivel andino es de aplicación preferencial en relación con las normas propias de cada país pertenecientes a la comunidad, los cuales se acogen a este esquema normativo mediante "decisiones" vinculantes para todos los Estados miembros entre sí. En materia de propiedad industrial, la primera Decisión fue la número 85 adoptada en 1974, reemplazada luego por las decisiones 313, 344 y la que actualmente se encuentra vigente la 486, adoptada en el año 2000.

El régimen andino es de aplicación directa y preferente a las normas de derecho interno. Esto quiere decir que la norma comunitaria, al ser parte de manera automática del ordenamiento jurídico interno de un país a partir de su expedición, no necesita un acto legislativo nacional que lo ponga en vigor. La característica de aplicación preferente implica que las normas nacionales que le sean contrarias son desplazadas y su vigencia suspendida durante la existencia de la norma comunitaria. Tal es el caso de los ya citados artículos del Código de Comercio. No obstante, los asuntos no tratados por la norma comunitaria estarán regulados por la ley interna de cada uno de los países miembros⁵.

⁵ Las referencias sobre el carácter supranacional de la normatividad andina y sus efectos son numerosas de parte del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones -TJCA-. Basta con citar a estos efectos el proceso 89-AI-2000 en el que el TJCA afirma: "*el hecho de pertenecer al acuerdo de integración le impone a los países miembros dos obligaciones fundamentales dirigidas la una, a la adopción de medidas que aseguren el cumplimiento de dicho ordenamiento dentro de su ámbito territorial; y la otra, a que no se adopten medidas o se asuman conductas o se expidan actos, sean de naturaleza legislativa, judicial o administrativa, que contraríen y obstaculicen la aplicación del derecho comunitario*", y "*los principios de aplicación directa y preeminencia... no dejan espacio para que cada uno de los países emita disposiciones de derecho interno, so pretexto de que éstas viabilicen la aplicación en su territorio de normas comunitarias*". (AD. 2008)

En la Decisión 486 de 2000, las marcas están reglamentadas principalmente por los artículos 134 a 189 -títulos VI a IX- que tratan todo lo relativo a las condiciones de adquisición del título de marca, al procedimiento para su obtención, a los derechos y obligaciones que de él se derivan y a su extinción; ella introdujo una serie de novedades en nuestro régimen de marcas, entre las cuales destacan como lo señala el profesor (Castro García, 2009, p.60):

La reglamentación de las marcas de certificación, el establecimiento de los mecanismos de defensa contra la infracción al derecho de marcas, como las medidas cautelares y las medidas de frontera, la precisión acerca de los límites territoriales de la marca notoria y la introducción de la figura de la oposición andina, y mantuvo una particularidad de nuestro sistema comunitario: la coexistencia de marcas.

Finalmente, la Decisión 291 de 1991 sobre reformas al régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros y sobre marcas, patentes, licencias y regalías completa el sistema andino de marcas.

Ahora bien, quisiera seguir con las fuentes internacionales (tratados y convenios) de nuestro derecho de marcas, la cual se encuentra en los tratados internacionales de los cuales Colombia forma parte.

El principal de estos instrumentos es el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (al cual Colombia se adhirió por medio de la Ley 178 de 1994) que es el instrumento donde el sistema internacional de la propiedad industrial encuentra su fuente principal. Colombia no ha adherido aún ninguno de los dos instrumentos del Sistema de Madrid - Arreglo y Protocolo - ni al Arreglo de Niza, relativo a la Clasificación Internacional de Productos a Servicios para el Registro de Marcas. No obstante, en relación este último instrumento internacional debe decirse que Colombia, al igual que muchos otros países que no se han adherido a él, lo utilizan en el trámite administrativo de obtención del registro de una marca.

Colombia también adhirió al Acuerdo por medio del cual se estableció la Organización Mundial de Comercio entre cuyos anexos se encuentra el Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC- y él cual trata las marcas en la Sección 2, artículos 15 a 21⁶.

⁶ Colombia también ha suscrito, entre otros, los siguientes instrumentos relacionados de manera directa, o indirecta con los signos distintivos: el Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres -TLCG- entre Colombia, México y Venezuela, adoptado por la Ley 172 de 1994. (AD.) la Convención General Interamericana de Protección Marcaría y Comercial de 1929, adoptada por la Ley 59 de 1936, (AD.) y la Convención sobre Propiedad Industrial con Francia de 1901, promulgada por el Decreto 597 de 1904 (AD.)

3. Antecedentes Judiciales y Jurisprudenciales en Colombia.

La jurisprudencia, es un complemento indispensable de toda la legislación en materia de propiedad intelectual, pues permite adelantar posibles desenlaces, interpretaciones y aplicaciones, cuando los hechos del caso son iguales o similares a los que, en el pasado, han generado la jurisprudencia a disposición de los abogados para el cumplimiento de sus tareas. Esas tareas incluyen, lo mismo la elaboración de un dictamen u opinión legal, que una sentencia, un laudo, una amigable composición o cualquier otro tipo de resolución en donde sea de importancia conocer no sólo el texto jurídico, sino sobre todo, la manera o maneras en que el texto jurídico ha sido interpretado y aplicado. La jurisprudencia es una pieza central en materia de certeza jurídica⁷.

El actual sistema de registro internacional de marcas se rige por dos tratados: el Arreglo de Madrid, relativo al Registro Internacional de Marcas, que data de 1891, y el Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid, que se adoptó en 1989, entró en vigor el 1 de diciembre de 1995 y empezó a aplicarse el 1 de abril de 1996. El sistema es administrado por la Oficina Internacional de la OMPI, que mantiene el Registro Internacional y publica la Gaceta de la OMPI de marcas internacionales.

Al respecto, cabe agregar que cualquier Estado que sea parte en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial puede pasar a ser Parte en el Arreglo, en el Protocolo, o en ambos. Además, las organizaciones intergubernamentales pueden ser Parte en el Protocolo, pero no en el Arreglo, cuando se cumplen las siguientes condiciones: al menos uno de los Estados miembros de la organización es Parte en el Convenio de París y la organización mantiene una oficina regional para el registro de marcas con efecto en el territorio de la organización.

En cuanto a los objetivos que persigue el sistema internacional de marcas se tiene que, en primer lugar, facilita la obtención de protección para aquéllas. En efecto, a partir de la fecha de registro internacional, la protección de la marca en cada una de las Partes contratantes designadas es la misma que si la marca hubiera sido objeto de una solicitud de registro presentada directamente en la Oficina de esa Parte contratante. Así, de no ser notificada la denegación provisional, o si ésta es posteriormente retirada, la protección de la marca en cada Parte contratante designada es la misma que si la hubiere registrado la Oficina de aquélla. En consecuencia, un registro internacional equivale a un conjunto de registros nacionales.

Cabe agregar que durante un período de cinco años, contados a partir de la fecha de su registro, una inscripción en el registro internacional sigue

⁷ http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf (información recuperada el día 8 de Enero de 2015)

dependiendo de la marca registrada en la Oficina de Origen. De tal suerte que, si dentro de dicho término el registro de base deja de tener efectos, sea por cancelación judicial, voluntaria o por la simple no renovación, el registro internacional dejará de estar protegido. De allí que la Oficina de Origen tiene la obligación de notificar a la Oficina Internacional, los hechos y decisiones relativos al cese de efectos del registro o su denegación y, en su caso, pedir la cancelación del registro internacional.

En cuanto a la duración del registro internacional, aquella es de 10 años, pudiendo renovarse mediante el pago de las tasas establecidas. Puede igualmente renovarse respecto de todas las Partes contratantes designadas o sólo respecto a algunas de ellas. Sin embargo, no puede renovarse sólo respecto de algunos de los productos y servicios inscritos en el registro mercantil⁸.

Como se indico al comienzo, las marcas cumplen un importante papel en la organización de los mercados. De una parte, permiten a los empresarios diferenciar sus productos y servicios de los de sus competidores, con lo cual se les garantiza que el prestigio que se atribuye a sus productos o servicios, está protegido, y solamente el titular podrá usar legítimamente sus propias marcas. Las marcas cumplen una función de información, ya que en la mente de los consumidores, ellas son asociadas con los productos o servicios que identifican. Es decir, el consumidor cuando ve el signo lo transforma en información relativa a los productos o servicios a los que se aplica, por ejemplo, la calidad, la seguridad, la eficacia, así como los valores del empresario que están detrás de la fabricación, distribución o prestación de los mismos.

De otra parte, las marcas son la herramienta de la que se valen los consumidores para no ser confundidos ya que, por medio de ellas, se diferencia e identifica aquello que se quiere comprar de lo que no, evitando ser engañado. Es decir, el adecuado funcionamiento del sistema de marcas no es solamente del interés de los titulares de los derechos sino que, igualmente, es del interés de las entidades responsables del correcto funcionamiento de los mercados.

Ahora bien, el Congreso Decreto mediante la Ley 1648⁹ del 12 de julio del 2013, que en los términos del artículo 241 de la Decisión Andina 486 de 2000, los países miembros, a través

⁸ Sentencia C-251/12 <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2012/C-251-12.htm>

⁹ Artículo 1. **Solicitud de infracción.** Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 33 de la Constitución Política, la autoridad competente para resolver los procesos civiles en materia de propiedad industrial, estará facultada para ordenarle al procesado que proporcione cualquier información que posea respecto de cualquier persona involucrada en la infracción, así como de los medios, instrumentos de producción o canales de distribución utilizados para ello. Para estos efectos la autoridad competente podrá decretar medidas cautelares.

de su normativa interna, se entienden facultados para establecer el marco jurídico adecuado para que el demandante de una infracción marcaría solicite a la autoridad nacional competente ordene la indemnización de daños y perjuicios.

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial las conferidas por los artículos 61 y 189 numeral 11 de la Constitución Política, la Decisión 486 de la Comunidad Andina sancionó la Ley 1648: *“Por medio de la cual se establecen medidas de observancia a los derechos de propiedad industrial, cuyo artículo 3 establece la figura de las indemnizaciones preestablecidas como consecuencia de una infracción marcaría y ordena su reglamentación. Que con el fin de proporcionar a los titulares de derechos marcarios un procedimiento que les permita un resarcimiento oportuno de los perjuicios que genera la infracción a sus derechos marcarías, se hace necesario reglamentar las indemnizaciones preestablecidas”*.

La cual fue regulada posteriormente el 11 de noviembre del 2014, mediante el Decreto 2264¹⁰ de 2014.

*Artículo 2. **Destrucción de productos, materiales e implementos infractores o destinados a la infracción.** En los asuntos que versen sobre infracción marcaría, la autoridad competente estará facultada para ordenar que los productos, materiales, o implementos que sirvieran predominantemente o que hayan sido utilizados para cometer la infracción sean destruidos, a cargo de la parte contra quien se dirige la orden y sin compensación alguna, o en circunstancias excepcionales y sin compensación alguna, se disponga su retiro de los canales comerciales. Para estos efectos la autoridad competente podrá decretar medidas cautelares.*

En el caso de productos que ostenten una marca falsa, la autoridad competente deberá ordenar su destrucción, a cargo de la parte contra quien se dirige la orden, a menos que el titular de derecho consienta en que se disponga de ellos de otra forma.

Cuando la naturaleza o finalidad de los productos, materiales o implementos mencionados en los párrafos anteriores lo permita, y en casos apropiados, estos podrán ser donados con fines de caridad para uso fuera de los canales de comercio. El procedimiento para hacer donaciones será reglamentado por el Gobierno Nacional. Estos productos solo podrán ser donados, cuando la remoción de la marca elimine las características infractoras del producto de manera que este ya no sea identificable con la marca removida. La simple remoción de la marca que fuera adherida ilegalmente no será suficiente para permitir que los productos ingresen en los canales comerciales. En ningún caso la autoridad competente podrá permitir la exportación de los productos infractores o permitir que tales productos se sometan a otros procedimientos aduaneros, salvo en circunstancias excepcionales. Para estos efectos la autoridad competente podrá decretar medidas cautelares.

*Artículo 3. **Indemnizaciones preestablecidas.** La indemnización que se cause como consecuencia de la infracción marcaría podrá sujetarse al sistema de indemnizaciones preestablecidas o a las reglas generales sobre prueba de la indemnización de perjuicios, a elección del titular del derecho infringido. El Gobierno Nacional reglamentará la materia.*

*Artículo 4. **Vigencia.** La presente ley rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las disposiciones que le sean contrarias.*

¹⁰ *Artículo 1°. **Indemnización preestablecida en procesos civiles de infracción marcaría.** En virtud de lo establecido por el artículo 3 de la Ley 1648 de 2013, la indemnización que se cause como consecuencia de la declaración judicial de infracción marcaría podrá sujetarse al sistema de indemnizaciones preestablecidas o a las reglas generales sobre prueba de la indemnización de perjuicios, a elección del demandante.*

Para los efectos del presente decreto, se entenderá que si el demandante al momento de la presentación de la demanda opta por el sistema de indemnización preestablecida, no tendrá que probar la cuantía de los daños y perjuicios causados por la infracción, tal como lo establece el artículo 243 de la Decisión Andina 486 y,

Hay variedad de sentencias referidas a este tema de la infracción marcaria, pero solo se estudiaron y analizaron los fallos proferidos por la SIC entre el año 2013 y 2014; para poder determinar ¿Cómo la autoridad competente resuelve este problema? Y ¿Cómo logra resarcir los daños producidos por la infracción a estos derechos sobre la marca?. Ahora bien, se analizaron los siguientes casos:

Nº13119966 Vía Scala S.A.S - Manufacturas Biacci Ltda, Manufacturas Forever 21 e Industrias Búffallo Jeans Ltda. ACTA 373 de 2013; Nº13102128 Agrocampo S.A - Rito Alejo Pinzon Corredor ACTA 372 de 2013; Nº13102142 Agrocampo S.A - Manuel Adolfo Vergara, propietario del establecimiento de comercio "FERRETERÍA AGROCAMPO" ACTA 341 de 2013; Nº13247934 Productos SAS CV y Pespsico Colombia Ltda-Prodcutos yupi SAS compañía internacional de alimentos SAS y Ferris Enterprises Corp ACTA 289; Nº13297612 Compañía Global de Pinturas SA- Esmeralda Inês Mejia Caceres ACTA 270 de 2014; Nº13276751 El corral INvestment INC - Santa teresa SAS ACTA 257 2013; Nº13159884 SAP AG- Netweaver SAS ACTA 214 de 2013 y Nº113191258 PLASTICOS ASOCIADOS SA - RONDA S.A ACTA 178 de 2014.

En las diferentes intervenciones de los correspondientes delegados de la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de Propiedad Industrial, se evidencia que el orden en el desarrollo de la audiencia es el mismo: Primero, se presentan las partes que intervienen en el proceso; Segundo, se enuncian los hechos que dieron origen a la demanda ó de conformidad a la sancionado y promulgado por la Decisión 486 - ; Tercero, se identifican y se analizan las pruebas aportadas por ambas partes y finalmente, como Tercer punto, se da paso al Fallo (en él cual se explica la decisión por parte del delegado, para poder darle fin a la acción por infracción de la propiedad intelectual).

El delegado, luego de estudiar y analizar los elementos materiales probatorios tiene el sustento suficiente para determinar si en principio existe o no dicha infracción (si la marca

por lo tanto, sujeta la tasación de sus perjuicios a la determinación por parte del Juez de un monto que se fija de conformidad con la presente reglamentación.

Artículo 2º. Cuantía de la indemnización preestablecida. *En caso de que el demandante opte por el sistema de indemnizaciones preestablecidas, dicha indemnización será equivalente a un mínimo de tres (3) salarios mínimos legales mensuales vigentes y hasta un máximo de cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes, por cada marca infringida, Esta suma podrá incrementarse hasta en doscientos (200) salarios mínimos legales mensuales vigentes cuando la marca infringida haya sido declarada como notoria por el juez, se demuestre la mala fe del infractor, se ponga en peligro la vida o la salud de las personas y/o se identifique la reincidencia de la infracción respecto de la marca.*

Parágrafo. *Para cada caso particular el juez ponderará y declarará en la sentencia que ponga fin al proceso el monto de la indemnización teniendo en cuenta las pruebas que obren en el proceso, entre otras la duración de la infracción, su amplitud, la cantidad de productos infractores y la extensión geográfica.*

se encuentra registrada conforme lo exige la ley, si la acción no ha prescrito o caducado, si la acción corresponde a otro proceso igual o similar, entre otros ejemplos), luego de responder a dichas circunstancias, se le facilita encontrar la validez y la certeza que requiere para proferir el fallo y poder tener así, los elementos suficientes que le permitan sustentar su decisión conforma a derecho ante dicho tribunal.

Por lo anterior, es evidente que la normatividad de marcas se pone claramente al lado del titular real del derecho, a la hora de reclamar las indemnizaciones y perjuicios económicos derivados de una infracción por parte de un tercero no autorizado.

Así mismo, los responsables por la infracción estarán en todo caso obligados a responder de los daños y perjuicios causados, al titular de la marca.

Existen otros importantes criterios para la solicitud y evaluación de daños y perjuicios pero sin duda las que he explicado son, las contundentes para los fines perseguidos por la legislación de marcas; Esto para concluir diciendo que, la Marca es el bien intangible más importantes de cualquier empresa. Esto como consecuencia, de un sin número de actividades que realiza el titular del derecho, por mencionar un ejemplo, a ella se destinan fuertes inversiones para llegar al público de una forma más atractiva e innovadora.

La marca es más importante en los productos cuyo principal reclamo descansa en su aura de calidad y exclusividad óy porque no decirlo, también del lujo- que las empresas se esfuerzan en cuidar y conservar. Para ello utilizan presentaciones impecables, grandes inversiones publicitarias, o implantan sistemas de distribución selectiva para esmerar la venta al público de los productos y otros aspectos que favorecen esa Marca y le permiten tener un estatus dentro del mercado en el que se mueven, y como consecuencia de esto obtener un resultado económico determinado.

4. Conclusiones.

Para un consumidor es muy importante poder identificar y clasificar los diferentes productos que se ofrecen en el mercado, esto se logra así, mediante el uso de las marcas, y sirve como se ha indicado para marcar una diferencia con respecto a la competencia que ofrece productos y/o bienes similares; esto es determinante para que un consumidor se decida por uno u otro que se ofrece dentro del amplia gama del mercado moderno y son estos aspectos tan determinantes que inciden en la decisión tanto individual como colectiva de los consumidores.

Estos componentes que resultan ser perceptibles a simple vista son objeto de protección por el ordenamiento jurídico nacional e internacional, esto se logra a través de los Derechos de Propiedad Intelectual (como los concedidos a las Marcas), y debo de indicar que en la actualidad bajo el nuevo orden mundial óglobalización- existe un sin número de leyes y regulaciones aplicables como lo he indicado de manera no solo nacional sino internacional

que evita que se desarrollen actos dañinos que buscan menoscabar el patrimonio de un tercero, actividades tales como: Falsificar, Usurpar, Suplantar, entre otras. Actividades estas que se han beneficiado de la tecnología que en la actualidad disponemos, y resultan ser una gran amenaza para la idoneidad y transparencia de los productos y/o servicios que ofrecen ciertos agentes en el mercado y así mismo se ven directamente afectados los consumidores y en general la buena fe mercantil.

Las normas y leyes establecidas para proteger de este tipo de actividades ilícitas ó como el caso de la Decisión 486, que fue objeto de estudio en este artículo ó establecen y sirve de base para fomentar y fortalecer una posición en el mercado de ciertos productos.

Como objetivo de este artículo, de un lado determinar las nociones preliminares sobre los elementos de la Propiedad Intelectual y su relación con los alcances y fundamentos de la Responsabilidad Civil, segundo: Establecer el tratamiento legal o legislativo sobre la reparación de los daños patrimoniales por la infracción de una marca comercial (teniendo en cuenta nuestra legislación Código Civil y las decisiones Internacionales ó Decisión 486/00); y finalmente tercero: Mencionar los antecedentes judiciales y jurisprudenciales en Colombia (Pronunciamientos de la Corte de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones; de Órganos de Cierre ó Altas Cortes y las Decisiones de la Delegatura de los asuntos jurisdiccionales de la Superintendencia de Industria y Comercio), se pudo concluir que hay un marco jurídico ampliamente desarrollado en materia de protección y defensa de los intereses de los titulares de estos derechos, así mismo hay casos en donde las marcas se convierten en un icono para el consumidor dentro del mercado, como bien los señala el Doctor Diego Ignacio Narváez:

En la actualidad, podría decirse que los valores ñintangiblesö son los que generan mayor confianza en el consumidor por sé el valor de mayor apreciación en el comercio marcario, como son la relación con un estilo de vida específico o la creación de ideas con marcas que resultan ser atractivas, que generan una conexión emocional con los consumidores, ganando para el producto una reputación (í .) donde lo dueños y creadores de ideas de marcas reconocen con gran ímpetu el valor intangible que incorpora la marca e invierten en ello y también en el mérito de su identidad materializado en lo que producen para la sociedad.ö¹¹

Considero que esto es así, por la relación que existente entre la demanda mundial y de la oferta de los productos, marcados siempre por innovación.

¹¹ ¿QUÉ HACE QUE LA MARCA SE TRANSFORME EN UN ÍCONO EN EL COMERCIO?, Tesis de Grado para obtener el título de abogado. Diego Ignacio Narváez Correa, Universidad CES. 2014

5. Referencias Bibliográficas.

- Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor, INSTITUTO DE DERECHO INDUSTRIAL (Directores Prof. Dr. Carlos FERNANDEZ NOVOA, Prof. Dr. José Antonio GOMEZ SEGADE, Prof. Dr. Manuel BOTANA AGRA y Prof. Dr. Angel GARCIA VIDAL 2010 - varios autores) Actas de DERECHO Industrial y DERECHO de Autor, Instituto de Derecho Industrial, Departamento de Derecho Mercantil y del Trabajo, Universidad de Santiago, España, Marcial Pons, Volúmenes 1 a 29, 1974 a 2009.
- BAYLOS CORROZA Hermenegildo, Tratado de Derecho Industrial, Editorial Civitas, Madrid 1993.
- BENTATA Victor, Derecho Marcario Fundamentos Teóricos y Prácticos, Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI), Caracas 1986.
- BERCOVITZ Alberto, Apuntes de Derecho Mercantil. Novena Edición, THOMSON-Aranzadi, Navarra, España 2008.
- BERTONE Luis Eduardo y CABANELLAS DE LAS CUEVAS Guillermo, Derecho de las Marcas, Tomo 1 y 2, Edición Heliasta, Buenos Aires 2003.
- BODENHAUSEN G.H.C., Guía para la aplicación del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, Revisado en Estocolmo 1967, BIRPI, Ginebra 1969.
- BREUER MORENO Pedro Carlos, Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio, Librería y casa editorial de Jesús Méndez, Buenos Aires 1937.
- Circular Única - Superintendencia de Industria y Comercio (2001)
- Convención General Interamericana sobre Protección Marcaria y Comercial (22 de julio de 1936)
- Convención sobre Propiedad Industrial (5 de julio de 1904)
- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (3 de septiembre de 1996)
- CHIJANE DAPKEVICIUS Diego, Derecho de Marca, Editorial REUS-Editorial IBdeF, Montevideo, Buenos Aires 2007.
- Decreto N° 03523 de 2009 (15 de septiembre) - Por el cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio y se determinan las funciones de sus dependencias (2009)
- Decreto N° 0729 de 2012 'Por el cual se reglamentan parcialmente las Decisiones 486 y 689 de la Comisión de la Comunidad Andina' (2012)
- Decreto N° 2591 de 2000 (13 de diciembre) - Por el cual se reglamenta parcialmente la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina (2000)
- Decreto N° 2153 de 1992 (30 de diciembre) - Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones (2009)

- FAUREABAD. El hecho generador de la responsabilidad contractual. Tesis, Poiters, 2002; Ph. Remy. "La responsabilidad contractual: historia de un falso concepto". RTD civ. 1997, p. 323 y ss.
- FAUREABAD. El hecho generador de la responsabilidad contractual. Tesis, Poiters, 2002; Ph. Remy. "La responsabilidad contractual: historia de un falso concepto". RTD civ. 1997, p. 323 y ss.
- FERNANDEZ NOVOA Carlos, Fundamentos del derecho de marcas, Editorial Montecorvo, S.A, Madrid 1984.
- FERNANDEZ NOVOA Carlos, Tratado de Derecho de Marcas, Gómez-Acevedo & Pombo, Abogados, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid, Barcelona 2004.
- HORACIO RANGEL ORTIZ. La observancia de los derechos de propiedad intelectual, Jurisprudencia. Libro, publicación de la OMPI N° 6275. 2011, p. 10 y ss.
- http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/627/wipo_pub_627.pdf
Información recuperada el día 10 de nov. de 14 del sitio web:
<http://www.wipo.int/wipolex/es/profile.jsp?code=CO>
- JUAN DAVID CASTRO GARCIA. La Propiedad Industrial. Libro, Temis, 2009 Universidad Externado de Colombia.
- Ley N° 1343 de 2009 (31 de Julio) - Por medio de la cual se aprueba el Tratado sobre el Derecho de Marcas y su Reglamento, adoptados el 27 de octubre de 1994 (2009)
- Ley N° 1455 de 29 de junio de 2011 'Por medio de la cual se aprueba el 'Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas', adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989, modificado el 3 de octubre de 2006 y el 12 de noviembre de 2007' (2011)
- Ley N° 1648 de 12 de julio de 2013 "Por medio de la cual se establecen medidas de observancia a los Derechos de Propiedad Industrial" (2013)
- Ley N° 813 de 2003 (2 de Julio) - Por medio de la cual se derogan, adicionan y modifican algunos artículos de la Ley N° 599 de 2000. (2003)
- Ley N° 1143 de 2007 (4 de julio) - Por medio de la cual se aprueba el "Acuerdo de promoción comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América", sus "Cartas Adjuntas" y sus "Entendimientos", suscritos en Washington el 22 de noviembre de 2006 (2007)
- Ley N° 1166 de 2007 (21 de noviembre) - Por medio de la cual se aprueba el Protocolo modificadorio al Acuerdo de Promoción Comercial, Colombia - Estados Unidos, firmado en Washington, distrito de Columbia el 28 de junio de 2007 y la Carta adjunta de la misma fecha (2007)
- Ley N° 1450 de 2011 (16 de junio) - Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014, art. 29 y 30 (2011)
- Ley N° 170 de 1994 (15 de diciembre) - Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la "Organización Mundial de Comercio (OMC)", suscrito en

- Marrakesch (Marruecos) el 15 de abril de 1994, sus Acuerdos multilaterales anexos y el Acuerdo Plurilateral anexo sobre la Carne de Bovino (1994)
- Ley N° 178 de 1994 (28 de diciembre) - Por medio de la cual se aprueba el "Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial", hecho en Paris el 20 de marzo de 1883, revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 2 de octubre de 1979 (1994)
 - Ley N° 256 de 1996 (15 de enero) - Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal (1996)
 - NARVÁEZ CORREA Diego Ignacio, Tesis de Grado ¿QUÉ HACE QUE LA MARCA SE TRANSFORME EN UN ÍCONO EN EL COMERCIO?. Universidad CES. 2014
 - NAVA NEGRETE Justo, Derecho de las Marcas, Editorial Porrúa, México 1985.
 - Organización Mundial del Comercio (OMC) - Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC) (1994) (30 de abril de 1995)
 - OTAMENDI Jorge, Derecho de Marcas, Lexis Nexis Abeledo-Perrot, Buenos Aires 2002.
 - PALACIOS Leopoldo, Las marcas comerciales en Venezuela, Universidad Central de Venezuela, Ediciones La Biblioteca, Caracas 1968.
 - PALMA IBARRA Mario, Protección Marcaria en Nicaragua, Tomos I y II, Serie Textos. Editorial Universitaria de la Universidad Nacional Autónoma de UNANA, Nicaragua 1975.
 - PHILIPPE LE TOURNEAU. La responsabilidad civil. Libro, Legis, 2004.
 - PHILIPPE LE TOURNEAU. La responsabilidad civil. Libro, Legis, 2004.
 - Protocolo (III) adicional a los Convenios de Ginebra del 12 de agosto de 1949 relativo a la aprobación de un signo distintivo adicional
 - Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (29 de agosto de 2012)
 - RANGEL MEDINA David, Derecho Intelectual, Editorial McGrawhill, serie jurídica, Instituto de investigaciones jurídicas, UNAM, México 1998.
 - RANGEL MEDINA David, Tratado de Derecho Marcario, Editorial libros de México, México 1960.
 - Resolución N° 36611 de 2 de noviembre de 2007 - Por la cual se delega la competencia de celebrar el convenio de utilización de medios electrónicos para la notificación de actos emanados por la Delegatura de Propiedad Industrial (2007)
 - Resolución N° 69699 de 30 de Diciembre de 2009 - Por la cual se fijan las tasas de propiedad industrial y se modifica la Circular Única del 19 de julio de 2001 (2009)
 - RONDON DE SANSO Hildegard, El Régimen de la Propiedad Industrial, Caracas 1995.
 - Tratado que Crea el Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena (19 de mayo de 1983)

- Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLD) (13 de abril de 2012)