

# La Diferencia entre el Registro Mercantil y el Registro Marcario para el uso legal de las Marcas \*

Leonor Patricia González, Alba Rocío Pérez León\*\*

## Resumen

*El propósito de este artículo es presentar los resultados obtenidos de la investigación que tuvo como punto de partida examinar el fenómeno de las múltiples controversias judiciales por el uso ilegal de las marcas comerciales, mediante la cual se logró identificar las diferencias que comportan el Registro Mercantil y el Registro Marcario, este último íntimamente ligado a la Propiedad Industrial, mediante el análisis de las interpretaciones que hace la jurisprudencia nacional y comunitaria de las leyes que los envuelven. La importancia de este documento consiste en que se constituye como una vía para difundir el conocimiento en ella descrito como la base para ofrecer asesorías jurídicas eficaces en pro del uso legal de este signo distintivo, así como también servir de fundamento al momento de tener que presentar una argumentación legal idónea frente a posibles conciliaciones prejudiciales, demandas civiles y denuncias penales.*

*Palabras clave: Marcas Comerciales, Registro Marcario, Registro Mercantil, Propiedad Industrial.*

## Abstract

*The purpose of this article is to present the results of the investigation that should establish the phenomenon of multiple judicial disputes for the illegal use of trademarks, through which it was possible to identify the differences that the Mercantile Registry and the Marking Registry, the latter, closely linked to Industrial Property, through the analysis of the interpretations made by national and community jurisprudence of the laws that surround them; therefore, the importance of this document is that it constitutes a way to disseminate the knowledge described in it as the basis for offering effective legal advice in favor of the legal use of this distinctive sign, as well as serving as a foundation at the time of have to present a suitable legal argument against possible preliminary rulings, civil suits and criminal complaints.*

*Keywords: Trademarks, Trademark Registration, Commercial Registry, Industrial Property.*

---

\* Ensayo Monográfico resultado de trabajo de grado para optar el título de abogado.

\*\* Abogada. Joven investigadora, Corporación Universitaria de Ciencia y Desarrollo, UNICIENCIA.

## INTRODUCCIÓN

**E**l obstáculo principal para el uso legal de las marcas se debe al desconocimiento de la Propiedad Industrial, lo que deriva en interpretaciones erróneas sobre los efectos jurídicos que producen los registros Mercantil y Marcario. Se establece que existen interpretaciones deficientes, a partir de un razonamiento deductivo aplicando como instrumento el silogismo de la lógica, donde se afirma que el Registro Marcario es el que concede la propiedad industrial sobre la marca comercial (premisa mayor) y asegurando que el desconocimiento de la Propiedad Industrial es una realidad en Colombia (premisa menor); con base en esto se llega a la siguiente conclusión: si se tiene un desconocimiento sobre Propiedad Industrial que está íntimamente ligada al Registro Marcario, siendo el Registro Mercantil el más usado y conocido por los comerciantes; esto lleva a interpretar que el Registro Mercantil el que concede los derechos exclusivos sobre marcas, nombres y enseñas comerciales a partir de realizar la Matrícula Mercantil.

Es preciso destacar que en el imaginario de los comerciantes, incluso también entre algunos abogados y estudiantes de derecho (estos dos últimos, por la ausencia o deficiente desarrollo de los temas de estudio en la cátedra de Derecho Comercial en las universidades) se tiende a afirmar que con la obligación que tiene todo comerciante de realizar el trámite de la Matrícula Mercantil en el Registro Mercantil, donde se inscribe la razón social de las personas jurídicas, los nombres de las personas naturales y los nombres de los establecimientos de comercio, esta sola diligencia o procedimiento basta para que una marca comercial quede automáticamente registrada, sobre todo cuando la misma coincide en todo o en parte con la denominación social de la empresa.

Por lo anterior, este artículo pretende mostrar las diferencias sobre la naturaleza, contenido y efectos jurídicos de la Propiedad Industrial así como también del Registro Mercantil y el Registro de Marcas, mediante una descripción pormenorizada sobre las circunstancias que establece la ley para dar un uso legal a las marcas, ya que en lo que concierne a los efectos legales principales de estos dos registros son completamente diferentes a lo que se entiende por Registro Mercantil, el cual otorga el derecho exclusivo sobre la razón social de las personas jurídicas y sobre los nombres de las personas naturales, así como de sus establecimientos de comercio, mientras que el Registro Marcario concede exclusividad sobre los derechos de las marcas comerciales. En la misma medida, es fundamental obtener y ofrecer el conocimiento jurídico sobre la manera de adquirir los derechos exclusivos sobre una razón social y del mismo modo los que recaen sobre las marcas comerciales a partir de los trámites que deben surtirse ante las diferentes autoridades administrativas designadas por la ley para la concesión de dichos registros.

La relevancia de este artículo consiste también en comunicar al lector que de acuerdo con la Constitución Política de Colombia, la que incorpora los derechos sociales, económicos y culturales entre los cuales se encuentra lo relativo a la Propiedad Industrial íntimamente ligada con el Registro Marcario, se advierte que esta propiedad está protegida constitucionalmente ya que la misma hace parte de la Propiedad Intelectual; por lo tanto se constituye como parte del patrimonio de sus titulares, ya que les permite ingresar a la competitividad en el mercado tanto nacional como internacional, circunstancia que tiene relación directa con el desarrollo económico del país en general, debido a que gran parte del valor del mercado de una empresa está determinado por sus activos intangibles, como lo son, entre otros, las marcas comerciales. Por

consiguiente, describir lo concerniente a las figuras jurídicas que comportan dicho estudio permite adquirir y difundir el conocimiento sobre (a) cómo operan a partir de la ley estos dos registros y sus efectos, (b) los riesgos que se configuran para la pérdida de una marca y (c) las consecuencias jurídicas por el uso ilegal de las marcas, para promover que en la *praxis* se haga efectivo el uso legal de las mismas.

## **LAS CAUSAS QUE PROMUEVEN LAS CONTROVERSIAS JUDICIALES**

Desde el año 2012, en Colombia se viene presentando el fenómeno del poco uso del Registro Marcario por parte de los comerciantes y empresarios para el registro de sus marcas, tal como lo manifestó en su momento la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): “...el desconocimiento de la institución de la Propiedad Industrial en Colombia es alto en todos los niveles y sectores y el uso del mismo para sus ideales propósitos es inversamente proporcional a su conocimiento”. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012, p.12).

Igualmente, la SIC (2012) también señaló que se estima que existen casi dos millones de empresas en el país y se han solicitado menos de 20.000 registros marcarios, lo que demuestra que menos del 1% de las empresas del país tienen registradas sus marcas.

Lo anterior se reafirma luego de examinar los Informes de Dinámica Empresarial rendidos anualmente por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), de los cuales se advierte que desde el año 2012 al 2017 el promedio de empresas registradas en la Cámara de Comercio durante ese periodo fue de 289.804 por año; estadística que fue comparada con el promedio de registro de marcas anuales; durante los años 2012, 2013, 2014 y 2015 el promedio es de 28.755 registros por año (Duran

G, 2016). Queda establecido entonces que, aunque el registro marcario ha aumentado en casi un 10%, el fenómeno sigue vigente.

En consonancia con lo anterior y como se explicó en la introducción de este artículo, el desconocimiento de la Propiedad Industrial proviene de la interpretación errónea sobre los efectos jurídicos que producen estos registros; por consiguiente, estos fenómenos son la fuente de las controversias judiciales.

## **LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

La Propiedad Industrial puede definirse, a partir de la exposición realizada por Canaval (2008), como el conjunto de derechos exclusivos y temporales que el Estado concede a una persona natural o jurídica para usar y explotar económicamente las invenciones, diseños industriales o signos distintivos que sean aplicables a la industria y el comercio y que sean producto del ingenio y la capacidad intelectual del hombre. Recae sobre las cosas imperceptibles e inmateriales, como las creaciones que proceden del ingenio humano susceptibles de beneficio comercial o de utilización industrial.

Las ramas en que se divide la Propiedad Industrial son: *Las Nuevas Creaciones*, que se refiere a las invenciones de productos o procedimientos importantes para la industria; y *Los Signos Distintivos*, que se clasifican en marcas, lemas, enseñas o nombres comerciales, además de las indicaciones geográficas importantes para el comercio.

En lo que se refiere a la protección de esta, cabe subrayar que es de orden supremo, toda vez que la Constitución Política de Colombia (1991) establece que la Propiedad Industrial es una de las ramas de la Propiedad Intelectual junto con los Derechos de Autor, conforme al Artículo 150,

numeral 24 y ordena su tutela, mediante el artículo 61, el cual reza de la siguiente manera: “ARTICULO 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley”.

Respecto a la importancia que tiene en el mundo, esto estriba en que la economía mundial, hoy por hoy, sufre los efectos de la globalización y se caracteriza por la abundancia de proveedores que compiten por un espacio limitado dentro del mercado, por lo que para ellos se hace necesario darle un valor agregado a sus productos para que se distingan de los demás; esto es, añadir al diseño o apariencia del mismo la reputación, la marca y la tecnología utilizada en la producción de la misma, puesto que todo ello influye en la decisión de comprar por parte del consumidor; además, es lo que permite establecer la relación calidad-precio que incide en la atracción y conservación de la clientela.

Con respecto a la comercialización de servicios sucede igual, ya que para lograr influir en la voluntad del consumidor, como lo anota Tamara Nanayakkara (2018), Consejera de la División de Pequeñas y Medianas Empresas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el empresario se enfrenta a una competencia que es mucho más fuerte, ya que este sector es el de más rápido crecimiento de la economía mundial y representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del 20% del comercio mundial.

En relación con la legislación que se aplica en materia de protección de derechos de Propiedad Industrial, tal como lo expone la SIC (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012), procede del Acuerdo de Integración Subregional Andino, aprobado en Cartagena en 1969 (conocido como el Acuerdo de Cartagena), el que dispone en su artículo 27 que la Comisión del Acuerdo aprobaría y sometería a

consideración de los países miembros un régimen común sobre marcas, patentes, licencias y regalías, entre otros. Es así que, a partir de este mandato, la ley que regula los signos distintivos es la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la CAN (se conoce como Régimen Común de la Propiedad Industrial), la que es de carácter supranacional para Colombia, Bolivia, Ecuador y Perú, los cuales, actualmente, se constituyen como los estados miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

## LOS SIGNOS DISTINTIVOS

Los signos distintivos se clasifican de la siguiente manera:

1. Aquellos que adquieren el derecho exclusivo y protección legal a partir de su primer uso en el mercado. Estos son:
  - **El nombre comercial:** Es el signo que identifica la actividad mercantil; esto es, quién es el que produce, ofrece y comercializa los productos y servicios. Se materializa a partir de la publicidad y la papelería que utiliza la empresa en sus transacciones comerciales. Como medios probatorios de su primer uso están las facturas por ventas, inversiones en publicidad, artículos publicitarios, la certificación del revisor fiscal de la empresa y el depósito ante la SIC, entre otros.
  - **Enseña Comercial:** Se refiere al signo que identifica un establecimiento de comercio. Se materializa mediante la exposición de letreros o avisos relativos a la empresa en los locales comerciales donde opera el establecimiento de comercio. La prueba de su primer uso puede ser, entre otras, la publicidad o el depósito ante la SIC.

2. Los que adquieren el derecho exclusivo y protección legal a partir del registro ante la SIC:

- **Marca Comercial:** Definida como aparece en acápite posterior
- **Lema Comercial:** Signo que es accesorio a la marca, por lo tanto, corre la suerte de esta. Puede estar compuesto por palabras, frases o leyendas. Ejemplo: La marca es “Leonisa” y el lema es “Sí Es Mujer Latina”.

### LA MARCA COMERCIAL

La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, ofrece una definición general de marca: “(...) cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado” (Comisión CAN, Artículo 134).

A partir de la anterior norma, el Tribunal de Justicia de la CAN (TJCA) define la marca como “un bien inmaterial que permite identificar o distinguir los diversos productos y servicios que se ofertan en el mercado”. (TJCA, Proceso 08-IP-2013, p.4).

En consecuencia, para que una marca sea registrable ante la Superintendencia de Industria y Comercio, debe presentar como mínimo los siguientes requisitos:

- Que sea perceptible por alguno(s) de los sentidos.
- Que sea susceptible de representación gráfica.
- Que tenga suficiente fuerza distintiva.
- Que no se encuentre inmersa en las causales de los Arts.135 y 136 de la Decisión 486/2000, entre las que se destacan: (a) Que la marca que se busca registrar no sea idéntica o similar a una marca ya registrada;

y (b) que tampoco contenga elementos similares a los que componen un nombre comercial o enseña que se encuentren en uso con anterioridad a la solicitud de registro de dicha marca.

Ahora bien, la Decisión 486/2000 contempla dos tipos de marcas comerciales, así:

1. **Marcas Tradicionales:** Son aquellas que son apreciadas por el sentido de la vista ya que están expresadas mediante letras, números, palabras, dibujos o símbolos y son las que con mayor frecuencia dan origen al uso ilegal de las mismas. Las marcas tradicionales se clasifican en:

- **Marcas nominativas.** Estas marcas reciben también el nombre de denominativas, nominales o verbales porque utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable y que puede o no tener significado conceptual.
- **Marcas figurativas.** Como lo interpreta el Tribunal de Justicia de la CAN, Proceso 148-IP (2013), se trata de aquellas marcas que se componen por un gráfico o imagen visual que puede evocar o no un concepto.
- **Marcas mixtas.** Se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras o varias letras o números o la combinación de ellos) y un elemento gráfico (una o varias imágenes).

*Figura 1. Ejemplos de marcas tradicionales.*

Marcas Nominativas	Marcas Figurativas	Marcas Mixtas
Coca – Cola		

2. **Marcas no tradicionales:** Se entiende por marca no tradicional aquella que se puede percibir por cualquiera de los cinco sentidos. Por consiguiente, pueden ser de tipo olfativa, de color, sugestivas, de hologramas, sonoras, de posición y táctiles.

### **AUTORIDADES QUE ADMINISTRAN LOS REGISTROS**

Las entidades encargadas de administrar los registros objeto de estudio son:

**a) Cámaras de comercio:** Son entidades de carácter particular con funciones públicas; esto es, que su principal función es la de administrar, entre otros registros, el Registro Mercantil que comprende la Matrícula Mercantil de las personas naturales y jurídicas, así como de sus establecimientos de comercio y la inscripción de libros, actos y demás documentos que la ley exija como requisito para la oponibilidad frente a terceros. Existen varias en todo el territorio colombiano.

**b) Superintendencia de Industria y Comercio:** Entidad Administrativa de carácter Público. Es una sola a nivel nacional. La SIC tiene a su cargo de manera excluyente dos funciones que se describen a continuación:

➤ Función administrativa. Entre otras funciones, administra el Sistema Nacional de la Propiedad Industrial y tramita y decide los asuntos relacionados con la misma. Actualmente, está conformada por la Delegatura para la Propiedad Industrial, que a su vez se compone de dos oficinas: (a) la Dirección de Nuevas Creaciones que tiene a su cargo el trámite de las solicitudes de concesión de derechos sobre patentes de invención, modelos de utilidad, esquemas de

trazado de circuitos integrados y diseños industriales; y (b) la Dirección de Signos distintivos: esta oficina tiene, entre otras funciones, decidir sobre las solicitudes de registro de marcas y lemas comerciales, así como resolver las oposiciones sobre las mismas.

➤ Función jurisdiccional. De acuerdo con el literal *a* del numeral 3 del artículo 24 del Código General del Proceso (2012) se otorgan facultades jurisdiccionales a algunas autoridades administrativas, entre ellas la Superintendencia de Industria y Comercio, para conocer de litigios por violación a los derechos de Propiedad Industrial, función que cumple a través de la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, donde se tramitan las demandas civiles por infracción a la propiedad industrial y por competencia desleal relativas a esta propiedad.

### **DIFERENCIA CONCEPTUAL ENTRE EL REGISTRO MERCANTIL Y EL REGISTRO MARCARIO**

La normatividad que regula el Registro Mercantil es el Decreto 410 de 1971 mediante el cual se expide el Código de Comercio, pero éste no define el registro mercantil, por lo que se hace necesario remitirse a lo establecido por la Corte Constitucional:

Coinciden unánimemente la doctrina y la jurisprudencia en reconocer que el registro mercantil es un instrumento de publicidad para la vida comercial, cuyo objeto es permitir al público el conocimiento de ciertos datos relevantes para el tráfico mercantil. Algunos hechos y actividades de esta naturaleza producen efectos no sólo entre las partes, sino también frente a

terceros, por lo cual, por razones de seguridad jurídica, es menester que exista un mecanismo para su conocimiento público. Por ello, la ley impone al comerciante la obligación de dar publicidad a tales hechos o actos, así como su propia condición de comerciante. Este interés de terceros señala acertadamente Garrigues, no es un interés difuso, sino concreto. (Corte Constitucional, Sentencia C-235,2014).

En lo que concierne al Registro Marcario, la ley que lo regula es la Decisión 486/2000 de la Comisión de la CAN, y teniendo en cuenta que la ley comercial, la jurisprudencia, la doctrina y las Decisiones de la Comunidad Andina, no presentan un concepto sobre el Registro Marcario, ya que solamente se limitan a armonizar sobre las marcas: su concepto, los tipos de marcas aceptados, requisitos de registro, procedimiento de registro, licencias, cancelaciones y caducidades. A partir de lo que se contempla en los anteriores documentos podría definirse de la siguiente manera:

El Registro de Marcas es un tipo de registro de la Propiedad Industrial, mediante el cual se adquieren los derechos exclusivos y la protección legal sobre las marcas comerciales a nivel nacional, que requiere para su concesión de un trámite administrativo ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

### **EFECTOS JURÍDICOS DE LOS REGISTROS MERCANTIL Y MARCARIO**

Diferenciar los efectos jurídicos que producen el Registro Marcario y el Registro Mercantil en Colombia es un asunto de vital importancia, toda vez que a partir de los elementos que los distinguen es que se logra comprender el problema que le dio origen a la investigación que precede a este artículo. Para el objetivo de este documento, en lo que se

relaciona con dichos efectos, se destacan los siguientes:

1. Con respecto al Registro Mercantil: otorgar el derecho exclusivo y protección legal sobre la razón social, los nombres de las personas naturales y de sus establecimientos de comercio, a partir del Control Nacional de Homonimia. Es obligación su renovación.
2. En relación con el Registro Marcario: otorgar los derechos exclusivos y protección legal sobre las marcas comerciales, a partir del examen de registrabilidad y la resolución de oposiciones a cargo de la SIC. Su renovación es facultativa.

### **METODOLOGÍA**

Los temas expuestos en este artículo se elaboran con fundamento en el estudio realizado en la modalidad de Monografía como requisito de grado para sus autoras. En este orden de ideas, se trató de una investigación que abarca los siguientes tipos: (a) el tipo jurídico exploratorio ya que es a partir de examinar diferentes fuentes bibliográficas que se puede advertir la inexistencia de investigaciones científicas que desarrollen el tema; por consiguiente, este estudio se constituye como un Estado del Arte que abre el camino para posteriores investigaciones; y (b) es de tipo jurídico descriptivo, debido a que permite describir de una manera secuencial todo lo relacionado con la normatividad vigente que regula la instituciones jurídicas objeto de examen, a partir de realizar un análisis a las interpretaciones que hacen las autoridades competentes como lo son los jueces y magistrados nacionales y el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, hermenéutica indispensable para dar claridad a

la diferencia que tienen estos registros y la relación que puedan tener con la Propiedad Industrial.

### **CONSECUENCIAS JURÍDICAS DERIVADAS DEL USO ILEGAL DE LAS MARCAS COMERCIALES**

En lo que se refiere a las consecuencias jurídicas que deben afrontar los comerciantes por el uso ilegal de las marcas, estas nacen de interpretaciones erróneas; las que mayormente surgen son por el desconocimiento de la Propiedad Industrial, regulada por la Decisión 486/2000, norma que permite que todos los signos distintivos puedan conformarse por elementos o expresiones que conforman la razón social, que a su vez está regulada en el Código de Comercio como la obligación de dar una denominación a la sociedad al momento de constituirse; por lo tanto, está íntimamente relacionada con el Registro Mercantil. Ejemplo: La razón social es “Almacenes Éxito S.A.”; el nombre comercial es “Éxito”; la enseña comercial es “Éxito” y la marca comercial es “Éxito”.

En este orden de ideas, se presentan consecuencias jurídicas por causa de interpretar deficientemente los efectos de estos dos registros en los siguientes sentidos:

- Considerar que al realizar la Matricula Mercantil en el Registro Mercantil automáticamente se está registrando la marca y depositando los nombres y enseñas comerciales.
- Creer que no se tendrán problemas judiciales cuando la razón social es similar o idéntica a una marca, nombre o enseña comercial de un tercero que ostenta su titularidad con anterioridad.

➤ Imaginar que la solicitud de una marca prevalece sobre un nombre o enseña comercial que se encuentran en uso por un tercero previo a dicha solicitud.

- Estimar que el depósito de un nombre o enseña comercial ante la SIC es prueba suficiente para impedir el registro de una marca.

Por otro lado, se llega a establecer que tales consecuencias se pueden dar en dos instancias, así:

1. A nivel administrativo se presentan oposiciones cuando, ante la solicitud de registro de una marca puede oponerse quien ostenta la titularidad sobre un nombre o enseña comercial previa a dicha solicitud, cuando esa marca solicitada contenga elementos similares o idénticos a los que constituyen los signos de su propiedad, o quien detente la titularidad sobre una marca registrada con anterioridad a dicha solicitud, cuando la marca que se pretende registrar sea similar o idéntica a la marca de su propiedad.

2. A nivel jurisdiccional, los comerciantes deben asumir los fallos judiciales sean derivados de acciones civiles y las que acaecen por las denuncias penales.

Con respecto a la acción civil por infracción a la propiedad industrial, el Juez ordena abstenerse de utilizar las expresiones de una marca ya registrada, por ser similares o idénticas a la misma:

- En los letreros que son los que materializan la enseña comercial; por consiguiente, va a sufrir la pérdida de la misma.
- En la papelería y publicidad, que corresponden a la materialización del nombre comercial, por lo tanto, será privado del mismo.

- En la razón social inscrita en la matrícula mercantil

Del mismo modo el juez condena a una indemnización por daños y perjuicios, así como también, a la cancelación de los costos del proceso.

En lo que respecta a las denuncias penales por los delitos de Falsedad Marcaria y Usurpación de Marcas como de otros signos distintivos, se tendrá que someter a penas de prisión y multa.

### CONCLUSIONES

El desconocimiento de la Propiedad Industrial es el que ocasiona que se tengan interpretaciones erróneas sobre los efectos jurídicos que producen el Registro Marcario y el Registro Mercantil.

El uso ilegal de las marcas se presenta en dos circunstancias: a) Cuando se utiliza en el mercado una marca registrada sin el consentimiento de su titular y b) cuando se utilizan expresiones idénticas o similares a los de una marca registrada en nombres, enseñas y razones sociales que no pertenecen al titular de la marca.

Las consecuencias jurídicas que provienen de no usar legalmente las marcas son: (a) De orden administrativo, en el entendido que ante las oposiciones la SIC tiene la potestad de negar la solicitud de registro de una marca cuando se presentan los medios probatorios pertinentes; y (b) A nivel judicial, como resulta de las acciones civiles. Son de carácter registral en el sentido que el comerciante deberá cambiar la razón social; y de índole pecuniario, con ocasión de las indemnizaciones por daños y perjuicios, así como también el pago de las costas del proceso ante acciones civiles. Con respecto a las denuncias penales se verá obligado al pago de multa y así

mismo, a la reparación integral a la víctima.

### REFERENCIAS

- [1] Asamblea Nacional Constituyente. (20, 07,1991). Constitución Política de Colombia. DO: [Gaceta Constitucional No. 116]. Disponible en: <http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>
- [2] Cámara de Comercio de Medellín. (2016). El Registro Mercantil en Colombia. Disponible en: <http://www.camaramedellin.com.co> URL [http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Libro%20del%20Registro%20\(porta%20Azul\).pdf](http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2016/Libro%20del%20Registro%20(porta%20Azul).pdf)
- [3] Canaval, J. (2008). *Manual de propiedad intelectual*. Bogotá, D.C.: Universidad del Rosario. Comisión de la Comunidad Andina. (14, 09,2000). Decisión. [486]. Disponible en: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/can/can012es.pdf>
- [4] Congreso de Colombia. (24, 07,2000). Ley por la cual se expide el Código Penal [599]. DO: [Diario Oficial No. 44.097]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurManutenimiento/normas/Normal.jsp?i=6388>
- [5] Congreso de Colombia. (12, 07,2012). Ley por medio de la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones. [1564]. DO: [Diario Oficial No. 48.489] Disponible en: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1564\\_2012.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1564_2012.html)
- [6] Corte Constitucional. Sentencia C-235/2014. (Gabriel Eduardo Mendoza Martelo; (09, 04,2014) Disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/C-235-14.htm>
- [7] Durán, G. P. (2016). De cada 10 marcas solicitadas, ocho son registradas en la Superindustria. Disponible en: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/de-cada-10-marcas-solicitadas-ocho-son-registradas-en-la-superindustria-2372731>

- [8] Nanayakkara, T. La función de la propiedad intelectual en la mejora de la competitividad de la industria turística. Disponible en: [https://www.wipo.int/sme/es/documents/tourism\\_ip.html](https://www.wipo.int/sme/es/documents/tourism_ip.html)
- [9] Presidencia de la República de Colombia. (27, 03,1971) Decreto. Por el cual se expide el Código de Comercio [410]. DO: [Diario Oficial No. 33.339]. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjurMantenimiento/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- [10] Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). Propiedad Industrial 2020. Disponible en: [http://www.sic.gov.co/recursos\\_user/documentos/publicaciones/Libro\\_PI\\_2020/files/libro%20propiedad%20industrial%202020.pdf](http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/publicaciones/Libro_PI_2020/files/libro%20propiedad%20industrial%202020.pdf)
- [11] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 32-IP-96. (Gualberto Dávalos García; 21.05, 1997) Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/procesos/32-ip-96.doc>
- [12] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 29-IP-97. (Roberto Salazar Manrique; 21,04, 1998) Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/Procesos/29-ip-97.doc>
- [13] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 116-IP-2004. (Rubén Herdoíza Mera; 13, 01,2005). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/Procesos/116-ip-2004.doc>
- [14] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 088-IP-2012. (Leonor Perdomo Perdomo; 12, 09,2012). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/88-IP-2012.doc>
- [15] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 08-IP-2013. (Carlos Jaime Villarroel Ferrer; 15, 03,2013). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/8-IP-2013.doc>
- [16] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 091-IP-2013. (Ricardo Vigil Toledo; 15, 05,2013). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/91-IP-2013.doc>
- [17] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 148-IP-2013. (11, 09,2013) Disponible en: <https://andina.vlex.com/vid/148-ip-2013-504992770>
- [18] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 129-IP-2013. (José Vicente Troya Jaramillo; 25, 09,2013). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/129-IP-2013.docx>
- [19] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 09-IP 2014. (José Vicente Troya Jaramillo; 13, 05,2014). Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/09-IP-2014.docx>
- [20] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 99-IP-2014. (Leonor Perdomo Perdomo; 17, 09,2014) Disponible en: <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/99-IP-2014.doc>
- [21] Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 423-IP-2015. (Cecilia Luisa Ayllón Quinteros; 04.02, 2016). Disponible en: [http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/I\\_841\\_423\\_IP\\_2015.pdf](http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/I_841_423_IP_2015.pdf)