**Concepto Nº 107223**

**18-06-2015**

**Superintendencia de Industria y Comercio**

Bogotá D.C.

Señor

**PEDRO ANTONIO OCHOA**

[info@fundimetales.com](mailto:info@fundimetales.com)

**Asunto:**

**Radicación:** 15-107223- -00002-0000

**Trámite:** 113

**Evento:** 0

**Actuación:** 440

**Folios:** 1

Estimado(a) Señor:

Con el alcance previsto en el artículo 25 del Código Contencioso Administrativo, damos respuesta a la consulta radicada con el número que se cita en el asunto, en los siguientes términos:

**1. Objeto de la Consulta**

En su comunicación solicita “verificación y seguimiento a violación de marca de propiedad industrial” señalando que la razón social de su empresa (…) debidamente registrada ante esta Superintendencia la encontró registrada en cámara de comercio con nombres similares o muy parecidos al de su empresa por parte de 12 establecimientos o personas jurídicas. Lo anterior, por cuanto señala que se ha visto afectado por el mal uso que se ha dado al nombre registrado ante esta Entidad.

Al respecto, le indicamos que esta Oficina Asesora Jurídica a través de un concepto no puede resolver situaciones particulares como la señalada en su escrito. No obstante, a continuación encontrará información general sobre nuestras funciones en materia de cámaras de comercio, respecto del control de homonimia que adelantan las cámaras, y las acciones legales derivadas del registro de una marca, con el fin de brindarle mayores elementos de juicio sobre el tema consultado.

**2. Facultades de la la (sic) Superintendencia de Industria y Comercio en materia de cámaras de comercio**

En cuanto a las funciones específicas de esta entidad frente a las cámaras de comercio, se encuentran las señaladas en el Código de Comercio en los artículos 27, 37, 82 y 87 y en el artículo 1, numerales 17, 18, 19 y 20 del Decreto 4886 de 2011.

17. Ejercer el control y vigilancia de las Cámaras de Comercio, sus federaciones y confederaciones de acuerdo con las disposiciones vigentes sobre la materia y coordinar lo relacionado con el registro mercantil.

18. Determinar los libros necesarios para que las Cámaras de Comercio lleven el registro mercantil, la forma de hacer las inscripciones e instruir para que dicho registro y el de las personas jurídicas sin ánimo de lucro se lleve de acuerdo con la ley.

19. Ejercer de acuerdo con la ley las funciones relacionadas con el registro único de proponentes.

20. Resolver los recursos de apelación y queja interpuestos contra los actos expedidos por las Cámaras de Comercio.

**3. Nombre comercial, enseña comercial, razón social y marca**

Consideramos necesario distinguir 4 bienes inmateriales distintivos que pueden confundirse fácilmente: el nombre comercial, la enseña comercial, la razón social y la marca

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 583, numeral 3, del Código de Comercio, la enseña es el signo que utiliza una empresa para identificar su establecimiento; en el numeral 4 de la misma norma se define el nombre comercial como la manera como se designa al empresario como tal; y en el artículo 303 del mismo ordenamiento, en relación con las sociedades se establece que la razón social es la denominación que se formará con el nombre de pila completo o el sólo apellido de alguno o algunos de los socios, seguido o acompañado de las expresiones \"y compañía\", \"hermanos\", \"e hijos\", u otras análogas, esto último si no es posible incluir los nombres o apellidos completos de todos los socios. La marca, según se define en el artículo 134 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, Régimen de Propiedad Industrial vigente, es “cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado”.

Nombre comercial, enseña comercial y marca son bienes inmateriales sobre los cuales pueden constituirse derechos de exclusividad protegidos por el régimen de propiedad industrial. Veamos la manera de obtener dicha protección:

Se obtiene el derecho a usar de manera exclusiva un nombre y una enseña comercial, por medio de su uso, sin necesidad de registro, en el país en el cual se solicita la protección. Tal uso debe presentar las siguientes características: “ser personal, es decir, que la utilización y el ejercicio de la actividad que protege, sea por parte de su propietario; público, cuando se ha exteriorizado, es decir, cuando ha salido de la órbita interna; ostensible, cuando puede ser advertido por cualquier transeúnte; y continuo, cuando se usa de manera ininterrumpida, ya que el nombre se adquiere por el uso y se pierde por el no uso que debe ser definitivo y no ocasional como el cierre de un negocio por inventario (profesor Aracama, obra citada, pág. 206)”.

El derecho exclusivo termina cuando cesa el uso del nombre o enseña o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa, según se establece en el artículo 191 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Siendo el uso el hecho constitutivo del derecho a usar exclusivamente un nombre comercial y una enseña comercial, la figura del depósito ante la Superintendencia de Industria y Comercio es un acto facultativo del interesado, por el cual logra a su favor la aplicación de la presunción legal sobre la fecha en la cual empezó a usar el signo distintivo (desde la fecha de la solicitud de depósito) y sobre la fecha desde la cual los terceros tienen conocimiento de ese uso (desde la fecha en que se procedió a la inscripción del depósito en el Registro de la Propiedad Industrial).

Diferente es el caso de las marcas, cuyo derecho al uso exclusivo y excluyente, que le permite al titular del registro actuar contra cualquier tercero que, sin su consentimiento, realice los actos indicados en las disposiciones señaladas en la Decisión 486 del 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina, se obtiene por la concesión del registro de la misma[[1]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftn1" \o "), por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio[[2]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftn2" \o "). En este sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina[[3]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftn3" \o "), ha expresado que:

“El derecho al uso exclusivo de una marca, incluye tanto el atributo positivo de su titular para permitir o conceder el uso del mismo a un tercero, publicitar la marca, etiquetar los productos o promocionar los servicios con la marca registrada, etc., como el atributo negativo de impedir la utilización no autorizada; este derecho se deriva del registro de la marca según la literalidad del título respectivo, sin que la ley proteja distintas formas o derivaciones marcarias dejadas a capricho del titular”.

El artículo 155 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, dispone que:

“El registro de una marca confiere a su titular el derecho a impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

“a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

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

“c) fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;

“d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;

“e) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;

“f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio”.

Por remisión expresa de los artículos 192 y 200 de la Decisión 486, el artículo 155 se aplicará también a los nombres y a las enseñas comerciales. En este orden de ideas, el titular de una marca registrada, de un nombre comercial y de una enseña comercial, usados de la manera como la jurisprudencia ha indicado, puede impedir el uso de otro signo –marca, nombre o enseña comercial- similarmente confundible con el suyo, para distinguir productos, servicios o actividades igualmente similares o relacionadas, cuando tal uso en el comercio cause confusión o riesgo de asociación entre el público consumidor.

**4. Control de homonimia sobre el nombre de personas jurídicas y establecimientos de comercio**

Con el fin de evitar la confusión que causaría el hecho de que en el registro mercantil aparecieran registrados dos o más establecimientos de comercio a nombre de diferentes personas, o que aparecieran registradas empresas con el mismo nombre comercial en el mismo ramo de negocios, en el artículo 35 del Código de Comercio se prevé como función de las cámaras de comercio el control de homonimia, consistente en la verificación de que el nombre del comerciante o del establecimiento de comercio que se va a matricular no sea el mismo de otro inscrito en el registro mercantil, entendiendo la palabra “mismo” como sinónimo de idéntico o igual, así:

“Las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras éste no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quién haya obtenido la matrícula.

En los casos de homonimia de personas naturales podrá hacerse la inscripción siempre que con el nombre utilice algún distintivo para evitar la confusión”.

El artículo 35 del Código de Comercio, fue reglamentado por el Decreto 2042 de 2014 en su artículo 52, en los siguientes términos:

**Artículo 52. Control de Homonimia.** En aplicación del control de homonimia establecido en el artículo 35 del Código de Comercio, se entenderá que se trata de nombres idénticos, sin tener en cuenta la actividad que desarrolla el matriculado.

Vistas las dos normas, la primera, que impone a las cámaras de comercio abstenerse de registrar al advertir el fenómeno de la homonimia, y la segunda, que determina el alcance de dicha homonimia, puede concluirse que para que la cámara de comercio deba abstenerse de matricular o inscribir una persona natural o jurídica -sociedad comercial o entidad sin ánimo de lucro-, o establecimiento de comercio con el nombre de otro inscrito, éste debe ser idéntico, es decir, igual a otro matriculado o inscrito, de modo que si el nombre que se presenta difiriere en algún aspecto del que se encuentre matriculado, la cámara debe proceder a matricularlo.

Es necesario puntualizar que la prohibición de matricular un establecimiento de comercio con el nombre de otro inscrito, se aplica independientemente de las actividades mercantiles a las cuales se vaya a dedicar el comerciante o el establecimiento de comercio. Por lo anterior, si existe un establecimiento de comercio matriculado con un nombre determinado, la cámara debe abstenerse de matricular otro establecimiento que se identifique con el mismo nombre, sin entrar a considerar si las actividades mercantiles a las que se dedica el segundo son diferentes o iguales a las que desarrolla el comerciante o establecimiento que se encuentra matriculado.

Así mismo, se debe aclarar que el control de homonimia no se realiza entre las distintas personas naturales o jurídicas inscritas o matriculadas en los diferentes registros públicos que llevan las cámaras de comercio. Por ejemplo, cuando se trate de comerciantes, el control de homonimia se realiza verificando exclusivamente los comerciantes y establecimientos de comercio matriculados en el registro mercantil. Cuando se trate de entidades sin ánimo de lucro, el control de homonimia se hará únicamente verificando las entidades sin ánimo de lucro inscritas en el registro de entidades sin ánimo de lucro que llevan las cámaras de comercio.

No obstante las reglas anteriores, seguidas por las cámaras de comercio del país para realizar el control del homonimia, es importante tener en cuenta que sólo a partir del 1 de enero de 2005 fue posible que este control a nivel nacional, como pasa a explicarse.

**4.1 Control de homonimia antes y después del RUE**

El Registro Único Empresarial RUE fue creado por el legislador mediante el artículo 11 de la Ley 590 de 2000, constituyendo una iniciativa de integración de los servicios de registro de las cámaras de comercio del país, unificando a nivel nacional su información, para poder inscribir, reportar y consultar el registro único empresarial desde cualquier cámara de comercio del país.

En cumplimiento del mandato legal se implementó el Registro Único Empresarial RUE, que entró en operación el 1 de enero de 2005, fecha a partir de la cual fue posible el control de homonimia a nivel nacional, pues con anterioridad a la operación de dicho registro cada cámara de comercio ejercía el control de homonimia de manera local, es decir, de acuerdo con la información que reposara en esa misma cámara de comercio.

Es por esta razón que aún pueden encontrarse en el registro mercantil comerciantes matriculados con la misma razón social o nombre comercial, pero en cámaras de comercio de diferente jurisdicción, casos que deben estar plenamente identificados en el RUE, en cumplimiento del literal a) del numeral 1.5.3.5 del Capítulo 1 del Título VIII de la Circular Única:

“Control de homonimia de casos previos a la consolidación del sistema. A partir de la fecha de entrada en operación del Registro Único Empresarial el sistema debe permitir identificar los casos previos de homonimia a nivel nacional.”

Es de capital importancia tener en cuenta que el control de homonimia realizado por las cámaras de comercio para decidir si se matricula o no un comerciante o establecimiento de comercio no es igual, ni siquiera cercano, al examen comparativo que deben realizar tanto las autoridades administrativas como las judiciales competentes, para determinar la similitud entre nombres comerciales cuando se requiera en desarrollo de un trámite de solicitud de registro marcario o de acciones de competencia desleal o para proteger la propiedad industrial.

**4.2 Abstención de registro en caso de homonimia**

Conforme a lo prescrito en el numeral 1.4.1. del Capítulo Primero del Título VIII de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio, las cámaras de comercio deben abstenerse de efectuar la inscripción de actos, libros y documentos cuando la ley las autorice a ello o cuando se trate de actos o decisiones ineficaces o inexistentes según lo dispuesto en el artículo 897 del Código de Comercio. Por lo tanto, las cámaras de comercio sólo podrán abstenerse de efectuar los registros a que haya lugar, en los casos y por los motivos previstos en las disposiciones aplicables a la materia. De presentarse inconsistencias que por ley no impidan la inscripción, ésta se efectuará.

En este sentido, en relación con el control de homonimia que deben adelantar las cámaras de comercio, las mismas deben abstenerse de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el nombre de otro ya inscrito, siempre y cuando aquel sea exactamente igual a éste, de modo que si el nombre que se presenta difiere en algún aspecto del que se encuentra previamente inscrito, la cámara procede a inscribir el nombre.

**5. Derechos derivados del registro de una marca**

El artículo 155 de la Decisión 486 de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina establece:

“El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

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

c) fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;

d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;

e) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;

f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio”.

Como se observa, el artículo 155 de la Decisión 486 establece los actos que el titular de un registro marcario puede impedir, claro está, en tanto éste no los haya autorizado, mediante una licencia de uso o por contrato de franquicia, etc.

**6. Conflictos entre marcas, nombres y enseñas comerciales**

Para estos efectos, resulta pertinente, traer a colación lo establecido en el artículo 134 de la Decisión 486 de 2000, cuando define que una marca es “cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. (…)”. (Negrilla fuera del texto)

Ahora bien, de acuerdo con el artículo 154 de la citada Decisión 486, “El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente”. (Subrayado fuera del texto)

En este sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, ha expresado que:

“El derecho al uso exclusivo de una marca, incluye tanto el atributo positivo de su titular para permitir o conceder el uso del mismo a un tercero, publicitar la marca, etiquetar los productos o promocionar los servicios con la marca registrada, etc., como el atributo negativo de impedir la utilización no autorizada; este derecho se deriva del registro de la marca según la literalidad del título respectivo, sin que la ley proteja distintas formas o derivaciones marcarias dejadas a capricho del titular”. (Subrayado fuera del texto)

Por lo tanto, sólo el registro otorga a su titular el derecho a usar la marca exclusiva y excluyentemente, en otras palabras, el derecho a usarlo únicamente por él o por terceros por él autorizados y el derecho a impedir su uso o el uso de signos similarmente confundibles por parte de terceros no autorizados.

Ahora bien, respecto a los conflictos suscitados entre los diferentes signos distintivos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 03-IP-98 ha señalado que, el nombre comercial para ser oponible exitosamente ante una marca solicitada o registrada “(…) debe haber sido usado con anterioridad a la solicitud de la marca en aplicación del principio de prioridad que rigurosamente debe regir. Si la utilización personal, continua, real, efectiva y pública del nombre comercial ha sido posterior a la concesión de los derechos marcarios, estos tendrán prevalencia sobre el uso del nombre comercial. Además, el uso del nombre no debe inducir al público a error, lo que significaría, aplicando las normas sobre marcas, que a más de que entre la marca y el nombre exista una identidad o semejanza, la confundibilidad no debe producirse en cuanto a los productos y servicios que la marca protege y la actividad que el nombre ampara. (Resaltado fuera del texto)

De esta forma, para efectos de determinar la posibilidad de confusión entre una marca y un nombre o enseña comercial, es preciso verificar inicialmente el uso personal, efectivo y real de éstos últimos, lo cual solo se demuestra dentro de un proceso.

**6.1 Acciones legales contra la utilización de los signos distintivos**

Adicionalmente y para su información, le exponemos las diferentes acciones con que cuenta el titular de un derecho sobre un signo distintivo para defender sus derechos de propiedad industrial.

**a) Acciones administrativas**

·      **Oposiciones de terceros**

El titular de un signo distintivo, puede presentar oposiciones dentro del trámite de registro de una marca, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 146 de la Decisión 486 de 2000.

·      **Protección al consumidor**

La presunta violación de los derechos sobre las marcas puede dar lugar a los procesos por violación de las normas sobre protección del consumidor previstas en el artículo xx2 del Ley 1480 de 2011 -Estatuto de Protección del Consumidor-.

**b) Acciones judiciales - acciones civiles**

·      **Acción por infracción de derechos**

La normatividad andina, en su artículo 238 establece la denominada acción por infracción de derechos relacionados con la propiedad industrial, la cual se ejerce ante la autoridad nacional competente, es decir, ante la rama jurisdiccional y permite solicitar, entre otras pretensiones, el cese del acto que infringe el derecho y la indemnización de perjuicios causados, artículo 245 de la Decisión 486 de 2000, así como el ordenamiento de medidas cautelares a fin de impedir la comisión de una infracción.

·      **Acción por competencia desleal**

El artículo 20 de la Ley 256 de 1996 consagra las acciones que tiene un afectado por competencia desleal.

La primera, es la acción declarativa y de condena. En virtud de la cual El afectado por actos de competencia desleal tendrá acción para que se declare judicialmente la ilegalidad de los actos realizados y en consecuencia se le ordene al infractor remover los efectos producidos por dichos actos e indemnizar los perjuicios causados al demandante”.

La segunda, es acción preventiva o de prohibición. Por la cual “La persona que piense que pueda resultar afectada por actos de competencia desleal tendrá acción para solicitarle al juez que evite la realización de una conducta desleal que aún no se ha perfeccionado, o que la prohíba aunque aún no se haya producido daño alguno”.

Vale la pena mencionar que la ley señalada consagra como conductas anticompetitivas actos de imitación, descrédito, confusión y el aprovechamiento de la reputación ajena a partir de la utilización sin autorización de signos distintivos en cabeza de terceros o denominaciones de origen falsas o engañosas.

- Actos de imitación: “La imitación exacta y minuciosa de las prestaciones de un tercero cuando genere confusión acerca de la procedencia empresarial de la prestación, o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación ajena. (…)”. (Ley 256 de 1996, artículo 14).

- Actos de descrédito. La utilización o difusión de indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, la omisión de las verdaderas y cualquier otro tipo de práctica que tenga por objeto o como efecto desacreditar la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes. (Ley 256 de 1996, artículo 12)

- Actos de confusión: “Toda conducta que tenga por objeto o como efecto, crear confusión con la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos”. (Ley 256 de 1996, artículo 10)

- Explotación de la reputación ajena. El aprovechamiento en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado. (…)\". (Ibídem, artículo 15)

Es posible incoar las acciones arriba indicadas, ante el juez competente o ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

**c) Acciones penales**

En el artículo 306 del Código Penal. Modificado por la Ley 1032 de 2006. “Se tipifica el delito de “Usurpación de derechos de propiedad industrial y derechos de obtentores de variedades vegetales” de la siguiente manera:

“El que, fraudulentamente, utilice nombre comercial, enseña, marca, patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, o usurpe derechos de obtentor de variedad vegetal, protegidos legalmente o similarmente confundibles con uno protegido legalmente, incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. (…)”. (Subraya fuera del texto)

La finalidad de la presente acción es condenar el fraude que se cometa con la utilización ilegal de signos distintivos ajenos.

**7. Conclusión**

De acuerdo con lo señalado, se precisa:

7.1 La función de control de homonimia que adelantan las cámaras de comercio se circunscribe a abstenerse de matricular a un comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito.

7.2 El control de homonimia realizado por las cámaras de comercio para decidir si se matricula o no un comerciante o establecimiento de comercio no es igual, ni siquiera cercano, al examen comparativo que deben realizar tanto las autoridades administrativas como las judiciales competentes, para determinar la similitud entre nombres comerciales cuando se requiera en desarrollo de un trámite de solicitud de registro marcario o de acciones de competencia desleal o para proteger la propiedad industrial.

7.3 Quien pretenda el uso exclusivo de su marca, deberá solicitar el registro de la misma ante esta Superintendencia, pues de tal registro se derivarán los derechos y las obligaciones de su titular así como los actos que puede impedir frente a la marca registrada, en los términos de la Decisión 486 de 2000, conforme a lo señalado en el punto 5 de esta comunicación.

7.4 El titular de una marca registrada que quiera impedir el uso de la misma por terceros, deberá acudir ante la justicia ordinaria o ante la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de esta Entidad, por ser las autoridades competentes para dirimir los conflictos en la materia.

Si requiere mayor información sobre el desarrollo de nuestras funciones y sobre las normas objeto de aplicación por parte de esta Entidad, puede consultar nuestra página de internet [www.sic.gov.co](http://www.sic.gov.co/).

Atentamente,

**WILLIAM ANTONIO BURGOS DURANGO**

JEFE OFICINA ASESORA JURÍDICA

[[1]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftnref1" \o ") **DECISIÓN 486 DE LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA, artículo 134:** “(…) constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. (….)”. (Negrilla fuera del texto)

[[2]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftnref2" \o ") Ibídem, artículo 154.

[[3]](http://www.ceta.org.co/html/vista_de_un_documento.asp?DocumentoID=26582" \l "_ftnref3" \o ") TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA, Proceso 7-IP-98.