

**ANÁLISIS DE LA UTILIZACIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL COMO  
MEDIO DE PROTECCIÓN EN EL SECTOR COMERCIAL DEL DISTRITO DE  
BARRANQUILLA: CASO EMPRESAS DE DISEÑO, ESTRUCTURACIÓN DE  
PRODUCTOS Y SERVICIOS**

**SANDRA MILENA SAN MARTÍN LÓPEZ**

**LUZ ELENA PÁEZ ZAPATA**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMISTRADOR DE  
EMPRESAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA**

**ENERO 2.014**

**ANÁLISIS DE LA UTILIZACIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL COMO  
MEDIO DE PROTECCIÓN EN EL SECTOR COMERCIAL DEL DISTRITO DE  
BARRANQUILLA: CASO EMPRESAS DE DISEÑO, ESTRUCTURACIÓN DE  
PRODUCTOS Y SERVICIOS**

**SANDRA MILENA SAN MARTÍN LÓPEZ**

**LUZ ELENA PÁEZ ZAPATA**

**Director: JANICE COTES H.**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMISTRADOR DE  
EMPRESAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
ENERO 2.014**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

JURADO 1 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

JURADO 2 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme fortaleza y sabiduría.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Mis padres: Eduardo y Enith

**SANDRA SAN MARTÍN**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por no dejarme desfallecer a pesar de las dificultades, por llenarme de su sabiduría, entendimiento y fortaleza para emprender y terminar este proyecto.

A mis padres por su apoyo constante e incondicional.

A mi compañera de tesis porque gracias a su apoyo incondicional pudimos enfrentar todas las adversidades que se presentaron a lo largo de todo el proyecto, a nuestra directora Janice Cotes H, que con su sabiduría nos colaboró de una manera integral.

**LUZ ELENA PÁEZ**

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
0.2.JUSTIFICACIÓN .....	16
0.3. OBJETIVOS .....	17
0.3.1 Objetivo General.....	17
0.3.2 Objetivos Específicos.....	17
0.4. MARCO REFERENCIAL .....	18
0.4.1 Marco Teórico .....	18
0.4.1.1. Antecedentes y teorías básicas del problema.....	18
0.4.2 Marco Conceptual. ....	22
0.4.3 Marco Legal.....	24
0.5 DISEÑO METODOLÓGICO .....	27
CAPITULO I. GENERALIDADES DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL .....	29
1.1 ORIGEN.....	29
CAPITULO II. ESTADO ACTUAL DE LA GESTIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL ESPECÍFICAMENTE EN EL SUBSECTOR DE DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN BARRANQUILLA. ....	44
CAPITULO III. CONOCIMIENTO DE LA NORMA RESPECTO A LA PROTECCIÓN EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL .....	52
CAPITULO IV. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA UTILIZACIÓN O NO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. ....	57
CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFIA.....	67
ANEXOS.....	70

## INDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
1 Cargo del Encuestado	44
2 Actividad económica	45
3 Número de empleados	45
4 Productos que ofrece la organización	46
5 Conoce que es propiedad industrial, derechos de autor y propiedad industrial?	47
6 La Empresa aplica estrategias de propiedad intelectual?	47
7 Tipo de estrategia de propiedad intelectual aplicada	47
8 Solicitud de propiedad intelectual en los últimos años	48
9 Razones por las cuales no aplica estrategias de propiedad intelectual	49
10 la empresa realiza actividades de investigación, desarrollo e innovación?	52
11 Como Financia las actividades de Investigación y desarrollo?	53
12 Número de personas dedicadas a la propiedad intelectual en la empresa	53
13 ¿Utilizan algún método para proteger la información que manejan sus colaboradores sobre las invenciones de la empresa?	54
14 factores que intervienen en la utilización o no de la propiedad intelectual	55
15 Propósito de innovar en la empresa	56
16 ¿Ha sido víctima de actos de competencia desleal?	60

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>	
1	Importancia de la propiedad intelectual en el contexto mundial	33
2	Costos proceso de registro de marcas	39
3	Costos de solicitud de patentes en Colombia	43



## ÍNDICE DE FIGURAS

		<b>Pág.</b>
1	Organización de la propiedad intelectual en Colombia	32

## Resumen

Se desarrolló una investigación analizando la propiedad como medio de protección en el sector comercial del Distrito de Barranquilla, caso específico de las empresas: diseño, estructuración de productos y servicios. Se observó que a pesar que conocen de la temática, no se le ha dado la importancia que amerita, por diferentes razones donde resaltan los costos del procesos y el apoyo gubernamental como principales ejes. Los resultados del instrumento aplicado demuestran que las empresas a pesar de conocer y aplicar tecnología e innovación, continúan con una tendencia hacia la concentración tradicional con la cual han venido trabajando durante año. Existe aún desconocimiento de la normatividad colombiana en lo que respecta es este proceso. Teniendo en cuenta la relevancia de la innovación para las ventajas competitivas de las empresas, estas últimas deben propiciar nuevos modelos de gestión, donde la capacidad de innovación se incentive y se aproveche al máximo.

**Palabras claves:** Propiedad intelectual, innovación, tecnología, comercial

## Abstrac

An investigation by analyzing the property development as a means of protection in the commercial sector of the District of Barranquilla, the specific case of businesses: design, structuring products and services. It was noted that although they know the subject has not been given the importance it deserves, for reasons which highlight the processes and costs of government support as principal axes. The results show that the applied tool companies despite knowing and applying technology and innovation continue a trend toward traditional concentration which has been working for a year. There is still ignorance of Colombian regulations regarding this process. Taking into account the importance of innovation for competitive advantages of companies' new models of management must propitiate the above mentioned, where the capacity of innovation is stimulated and takes advantage to the maximum.

**Key words:** intellectual Property, innovation, technology, commercial

## INTRODUCCIÓN

### 0.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de la propiedad intelectual es un asunto importante no solamente en los países industrializados, sino también, a nivel internacional, donde su auge es vital para la garantía de los derechos inherente a los comerciantes.

Empresarios que velan por la autenticidad de sus productos y servicios, por la individualización de sus estrategias y por el reconocimiento de sus innovaciones

Es así que en Colombia, la propiedad industrial como era de esperarse, se ha regulado para proteger invenciones a nivel empresarial y a nivel individual, resaltando los aportes que pueden generar la creatividad, la innovación, la productividad y la competitividad al desempeño económico de nuestra nación, de tal modo que nuestros legisladores acogen la Decisión 486 del 2.000 de la Comunidad Andina de Naciones CAN, a través de la cual se dictan disposiciones en lo referente a “la protección de la propiedad industrial, en el cual cada País Miembro le concederá a los nacionales de los demás miembros de la Comunidad Andina, de la Organización Mundial del Comercio y del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios nacionales”, además las invenciones cuya explotación comercial en el País Miembro respectivo deba impedirse necesariamente para proteger la salud o la vida de las personas o de los animales, o para preservar los vegetales o el medio ambiente.

“En Colombia no se otorga patentes sobre innovaciones relativas a animales. De otra parte, adquirió el compromiso de realizar esfuerzos razonables para otorgar protección mediante patentes sobre innovaciones

en plantas, siempre y cuando sean nuevas, tengan nivel inventivo y aplicación industrial. Lo anterior sin perjuicio de la protección necesaria para la biodiversidad” (WIPO, 2013. p.2).

En este sentido el Plan Nacional de Desarrollo 2002 - 2006 (capítulo II) fue un eje orientador para el camino hacia un Estado Participativo, que involucrará a la ciudadanía en la consecución de los fines sociales. Un Estado gerencial que invirtiera con eficiencia y austeridad los recursos públicos; descentralizados, que privilegiara la autonomía regional con transparencia, responsabilidad política y participación comunitaria. En materia de Ciencia, tecnología e innovación: para promocionar la investigación determinaba que se adelantarían convocatorias de proyectos en todos los programas nacionales utilizando las modalidades de financiación existentes, se fortalecerían los programas nacionales de investigación, se propiciaría su acción conjunta y articulada en temáticas complejas y prioritarias para el país y se continuará con el apoyo a la consolidación de la comunidad científica en formas asociativas tales como centros de investigación científica, grupos y centros de desarrollo tecnológico, redes de investigación científica y tecnológica y cooperación técnica internacional. Se garantizaría la articulación, coherencia y eficiencia del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. Se crearán las condiciones para que la inversión pública y privada en actividades de ciencia, tecnología e innovación aumente de manera paulatina y sostenible para alcanzar el 0,6% del PIB en el año 2006. Colciencias y el Servicio Nacional de Aprendizaje (Sena), promoverían y fomentaría la investigación aplicada y el desarrollo tecnológico para mejorar la competitividad de los sectores productivos, a 2013 muchas de las acciones planeadas en el 2006, no se han terminado después de años, las cuales apuntaban estrategias que permitieran a través de la innovación y tecnología un mejor desempeño de la economía.

Para Idris Kamil (2.003) director general de la OMPI, “los economistas llevan muchos años tratando de explicar por qué algunas economías crecen más rápidamente que otras, en otras palabras, por qué algunos países son ricos y otros no. Por lo general, todos coinciden en que los conocimientos y las innovaciones han desempeñado una función primordial en el reciente crecimiento económico. Kamil, explica que de igual forma el economista Paul Romer ha apuntado que la acumulación de conocimientos es el motor del crecimiento económico. Romer afirma que para que los países promuevan el crecimiento, sus prácticas económicas deben fomentar la inversión en nuevas actividades de investigación y desarrollo (I+D) y subvencionar programas que desarrollen el capital humano” (p.3-6).

La importancia de la propiedad intelectual y del nuevo modelo de comercio mundial que caracterizó al comienzo de los años 90 fue la creación de una conexión deliberada entre ambos. Varios países desarrollados comenzaron a utilizar medidas comerciales para frenar la piratería de los derechos de propiedad intelectual en el extranjero. Ello trajo consigo, entre otras cosas, la creación del Acuerdo sobre los Aspectos de los derechos de propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC), uno de los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC) fruto de las negociaciones comerciales multilaterales celebradas en el marco de la Ronda Uruguay. Sin embargo, muchos expertos como Francis Gurry, director de la OMPI, manifiesta en uno de sus editoriales que una de las problemáticas en la actualidad es que la empresas no están realizando un análisis exhaustivo interno de todos los elementos de su organización que pueden generar valor comercial a la empresas a través de la propiedad intelectual, “Con frecuencia, las PYME no valoran adecuadamente el valor de la propiedad intelectual y subestiman ampliamente las posibilidades de obtener beneficios futuros gracias a su uso. Sin

embargo, la propiedad intelectual puede convertirse en un activo valioso cuando se protege de acuerdo con la ley y cuando existe una demanda en el mercado para los productos y servicios protegidos” (Francis Gurry, 2012), esta situación es una característica común a nivel mundial en las empresas, por lo cual no es un aspecto aislado en las empresas del sector comercial en Barranquilla; teniendo como referente que es uno de los sectores económicos con mayores creación permanente y principalmente en exportación de servicios.

En Colombia, específicamente la propiedad intelectual se subdivide en dos categorías así: “derechos de autor” y “Propiedad Industrial”. La primera dirigida a la protección de todas las obras artísticas y literarias, además de los soportes lógicos de software, mientras que la segunda, relaciona con la salvaguarda de las creaciones industriales que tienen una intención útil y definida, y los signos distintivos de productos o servicios.

En ambas ramas, como ya se ha enunciado en este documento, se procura proteger el derecho a la propiedad de lo generado a través del intelecto de un alguien, porque en la misma condición humana tendemos a usar, a apropiarnos y a explotar lo que no nos pertenece. En el mundo del comercio o la economía, con mayor razón debe definirse quién tiene el derecho de uso y explotación, por los intereses y ganancias que de allí se derivan.

Así mismo, la existencia de la Ley de Propiedad Intelectual no es una garantía para el comerciante que registra y obtiene una patente, porque ello no garantiza que el logo, la marca, etc. La usen terceros, sin autorización. Es por ello, que a través de la ley 256 de 1996 el Estado Colombiano ha tratado de darle un verdadero sentido a quien registra su obra o creación, a partir de lo que ha denominado actos de competencia desleal.

Los actos de competencia desleal, no son otra cosa, que un listado de actos que los actores del comercio no pueden utilizar para sacar provecho de sus competidores so pena de incurrir en sanciones de tipo económico y administrativos, entre tales actos mencionados en la supra citada Ley, Sobresalen el acto de imitación, explotación de la reputación ajena, confusión, violación de secretos, entre otros. Tratándose así de evitar que algunos accedan a bienes que han sido susceptibles del registro de propiedad intelectual.

Antes estas perspectivas de ajustes rigurosos de la propiedad intelectual como generadora de valor comercial en las empresas, se plantean-las siguientes preguntas problema

¿Qué tipos de estrategias vienen implementando las empresas del sector para proteger sus creaciones a nivel de productos y servicios?

¿Cuál es el estado actual de la del proceso para proteger sus invenciones las empresas del sector en estudio?

¿Qué conocimiento jurídico tienen los comerciantes del sector respecto a la protección de la propiedad intelectual?

¿Cuáles factores internos o externos que condicionan la utilización o no de la propiedad intelectual como medio de protección de las empresas?

## 0.2 JUSTIFICACIÓN

La dinámica en la economía del sector comercial en el departamento del Atlántico, y las inversiones en formación del talento humano, demuestran elementos que permiten que las empresas sean competitivas, razón por la cual el fundamento de ¿por qué la investigación?; se fundamenta—en el hecho de determinar aspectos que indiquen que sucede con las producciones que resultan en la aplicación de innovaciones y cuáles son los medios utilizados para proteger los productos resultantes. Teniendo en cuenta que en cualquier caso, la legislación que se aplica en todos estos aspectos es una de la más coordinada en prácticamente todo el mundo. Por un lado la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, WIPO según sus siglas en inglés) promuévela propiedad intelectual en todos sus aspectos. Por otro, el acuerdo TRIPS (aspectos comerciales de la propiedad intelectual) establece unos mínimos de protección y obliga a todos los países miembros de la OMC (Organización Mundial del Comercio, WTO) a desarrollarlos en unos ciertos plazos que dependen del nivel de desarrollo del país, y de las voluntad gubernamentales, razón por la es importante conocer de cerca cómo se lleva esta proceso en Colombia, por ende en sus regiones.

Es importante comenzar un proceso de lineamientos y documentos que sirvan de soporte a otras investigaciones en otros sectores económicos, en materia de propiedad intelectual e industrial, en el Departamento del Atlántico, teniendo en cuenta que en las revisiones documentales previas a la estructuración de la presente investigación no se encontró suficiente información sobre antecedentes de la temática, lo cual a través del desarrollo del presente trabajo se estaría llenando un vacío informativo en esta temática.



## **0.3. OBJETIVOS**

### **0.3.1 Objetivo General**

Determinar las estrategias implementadas por las empresas diseño, estructuración de productos y servicios de Barranquilla para proteger sus creaciones a nivel de productos y servicios.

### **0.3.2 Objetivos Específicos**

✓ Hacer un análisis del estado actual de la gestión para obtener propiedad intelectual de las empresas del sector comercial específicamente en el subsector de diseño y estructuración de productos y servicios en Barranquilla.

✓ Determinar el conocimiento de la normatividad respecto a las medidas de protección en la propiedad intelectual.

✓ Identificar los factores internos y externos que intervienen en la utilización o no de la propiedad intelectual como medio de protección en las empresas.

## 0.4. MARCO REFERENCIAL

### 0.4.1 Marco Teórico

#### 0.4.1.1. Antecedentes y teorías básicas del problema

Álvarez, M (2012)

Muchos autores coinciden en que durante la evolución de la propiedad Intelectual, han existido teorías que han incido notablemente en la formación del mismo concepto de la misma. Entre las cuales se destacan:

- ✓ Teoría del derecho natural de la propiedad
- ✓ Teoría de la retribución por servicios prestados
- ✓ Teoría de la divulgación de secretos
- ✓ Teoría del estímulo de la invención” (p.20)

- **Teoría del derecho natural de la propiedad:** “esta teoría establece que un hombre tiene derecho natural a la propiedad sobre sus ideas. La apropiación por otros debe considerarse como un robo. La sociedad esta moralmente obligada a reconocer este derecho de propiedad”. Esto nos permite hacer la siguiente inferencia que la propiedad intelectual es exclusiva por esencia del autor, por lo tanto la sociedad debe respetar y reconocer este principio.

- **Teoría por los servicios prestados:** Walfras (2.008). Describe que “está en el contexto de que el derecho de propiedad de una persona sobre una cosa es el derecho, de esta persona, a utilizar esta cosa para satisfacer una necesidad, incluso consumiéndola. (p. 345-376)

- **Teoría de la divulgación de secretos.** Walfras (2.008).

“El secreto empresarial es toda información confidencial que otorga a una empresa una ventaja competitiva. Normalmente se incorpora el Know-How a este epígrafe, definiéndolo como toda experiencia o conocimiento de cómo realizar una función útil y eficaz. Para considerar algo como secreto debe tratarse de una información no generalmente conocida ni fácilmente accesible. Debe además ser sustancial en el sentido de que sea un conocimiento útil y relevante. Ha de estar identificado, descrito y registrado en un soporte material” Han de tomarse medidas adecuadas para su protección y debe tener un valor económico aunque éste sea potencial.

- **Teoría del estímulo de la invención.** Como titular del derecho de explotación, al autor se le reconoce el poder exclusivo de utilización de su obra, a fin de obtener beneficios económicos a través de la explotación de su creación, en las modalidades de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación.

- **Los derechos de propiedad intelectual: activos valiosos:** (OMPI, 2012).

Expresa que “generalmente, los activos de la empresa se dividen en dos categorías: activos físicos, incluidos los edificios, la maquinaria, los activos financieros y la infraestructura, y activos intangibles, que van desde el capital humano y los conocimientos técnicos hasta las ideas, las marcas, los dibujos y modelos, y otros frutos intangibles de la capacidad creadora e innovadora de la empresa.

Tradicionalmente, los activos físicos han constituido la parte más importante del valor de la empresa, y se les ha considerado como el factor principal a la hora de determinar la competitividad de la empresa en el mercado. En los últimos años, la situación ha variado de manera significativa. Sucede cada vez con mayor frecuencia que, principalmente como consecuencia de la revolución que se ha producido en las

tecnologías de la información y el crecimiento de la economía del sector servicios, las empresas son conscientes de que a menudo los activos intangibles pasan a ser más valiosos que los activos físicos. En suma, cada vez son más las empresas en todo el mundo que sustituyen grandes fábricas por potentes programas informáticos e ideas innovadoras como principal fuente de ingresos. Incluso en los sectores en los que las técnicas tradicionales de producción siguen siendo dominantes, la innovación constante y la creatividad incesante se convierten en las claves para tener una mayor competitividad en los mercados, tanto nacionales como internacionales, en los que se da una competencia feroz. Así pues, a medida que los activos intangibles adquieren una posición de privilegio, las PYME deberían estudiar la mejor manera de aprovechar dichos activos (p.22-31).

- **Examen de los activos de propiedad intelectual de su PYME:**

Una manera de que su PYME se halle en disposición de aprovechar satisfactoriamente los posibles beneficios de sus activos de propiedad intelectual y extraer su pleno valor consiste en llevar a cabo un examen de los activos de propiedad intelectual de la empresa. La mejor manera de llevar a cabo el examen sería contar con la ayuda de profesionales en este ámbito, aunque a menudo es posible realizar un examen preliminar de la propiedad intelectual en el seno mismo de la empresa. Esta labor trae consigo la identificación, supervisión y evaluación de los activos de propiedad intelectual de su PYME, con el fin de asegurarse de que se les saca el mayor partido posible. De esta manera, su PYME estará en condiciones de tomar decisiones bien fundadas en los siguientes casos:

- **Adquisición de activos de propiedad intelectual:** conociendo la propiedad intelectual de la empresa, así como su valor, se podrá decidir qué tipo de derechos de propiedad intelectual ha de adquirir y mantener, así como cuál es la mejor manera de gestionar los activos de propiedad intelectual de su PYME.

- **Fusiones y adquisiciones:** un buen conocimiento de los activos de propiedad intelectual de la PYME puede dar lugar a un aumento importante en el valor de la empresa. Esto se debe a que los inversores valorarán la empresa teniendo en cuenta sus expectativas de beneficios, que se basarán en gran medida en la explotación de los derechos de propiedad intelectual.
- **Concesión de licencias:** la PYME puede aumentar su flujo de efectivo (ingresos) mediante la cesión de sus derechos de propiedad intelectual a un tercero bajo licencia. El examen de la propiedad intelectual ayudará a la PYME a determinar el valor de sus activos de propiedad intelectual, a fin de obtener las máximas ventajas de los acuerdos de licencia. Los ingresos derivados de esta actividad pueden dar lugar a un aumento del valor comercial de PYME.
- **Garantía secundaria:** una cartera de valores de propiedad intelectual bien organizada también puede utilizarse como garantía secundaria. En tal caso, el prestamista utilizará los activos de propiedad intelectual de la PYME para determinar la solvencia de la empresa.
- **Observancia de los derechos:** conociendo el valor de los activos de propiedad intelectual, la PYME podrá tomar decisiones sobre si merece la pena ejercer acciones judiciales contra las infracciones, así como sobre la manera en que pueden ejercerse en cada caso.
- **Reducción de costos:** un registro de propiedad intelectual bien administrado contribuirá a determinar cuáles son los activos de propiedad intelectual que han pasado a ser obsoletos.

#### 0.4.2 Marco Conceptual.

- **Propiedad intelectual:** Conpes 3553 (2.008-2.010).

La Propiedad Intelectual, entendida –como se verá más adelante- en su sentido más amplio, es una herramienta de incentivo a la producción y creación intelectuales y, por tanto, una herramienta disponible por las naciones para contribuir al logro de grados superiores de competitividad y productividad. (p.2)

- **Sistemas de Propiedad Intelectual:** Los Sistemas de Propiedad Intelectual se han desarrollado para conceder derechos legales sobre los resultados del ingenio humano: invenciones, diseños, modelos, obras artísticas o literarias, símbolos, dibujos, etc. (Humberto Pradilla, 2010).
- **Derechos Morales:** es el reconocimiento al autor o inventor por la obra o invención registrada. No se puede ceder, ni renunciar, ni negociar. (Humberto Pradilla, 2010).
- **Derechos Patrimoniales:** le corresponden al autor o inventor por el beneficio de exclusividad y autonomía para su explotación económica durante un tiempo limitado. Se pueden ceder, donar, negociar o regalar (Humberto Pradilla, 2010).
- **Derechos de Autor:** se encarga de la protección de las producciones intelectuales en los campos artísticos y literarios y el software (soporte lógico). (Humberto Pradilla, 2010).
- **Propiedad Industrial:** se ocupa de las creaciones industriales (invenciones, modelos, diseños), y de los signos distintivos (marcas, lemas, indicaciones geográficas)

- **Creación y Producción Intelectuales:**

“Se refiere al esfuerzo de los diferentes actores, tanto públicos como privados, por generar valor económico mediante la creatividad intelectual, la investigación, el desarrollo científico y tecnológico, y el impulso a la innovación”. (Conpes 3553,2008).

- **Capital Estructural:** El conocimiento que es propiedad de la organización y que permanece en la empresa al término de la jornada laboral. Está determinado por la información tácita como las normas, programas, bases de datos, patentes, configuración de marca, métodos y procedimientos de trabajo, modelos, manuales, sistemas de dirección y gestión.

- **Capital Relacional:** Se entiende como el conjunto de relaciones externas de la empresa, tanto con clientes y proveedores como con otros agentes, las universidades y los bancos, por ejemplo. Surge por el intercambio de información con externos, son las relaciones de la organización con los agentes de su entorno, a los acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas, tecnológicas, de producción y comerciales, a conceptualización de las marcas y a la imagen de la empresa, medios de comunicación y alianzas.

- **El Balance invisible**

Arbetsgruppen (1998) y Sveiby (1996).

“Establece que hay un capital intelectual que se divide en individual y en estructural. El primero se refiere a los individuos y el segundo a los procedimientos y sistemas de la organización. Ambos deben formar parte del balance porque son activos que contribuyen a la generación de resultados futuros. Se consideran invisibles al no ser incluidos actualmente en los balances financieros de la empresa.

- **Cálculo del valor Intangible.** Este método se debe a un estudio llamado NCI Research (Kellogg Scholl of Business University of Northwestern), que trata de encontrar una manera de calcular el valor de los intangibles en términos monetarios, adaptando para ello un método utilizado para medir el valor de la marca.
- **El capital humano** recoge todas las capacidades individuales, los conocimientos, las destrezas y la experiencia de los empleados y directivos de la empresa.

#### **0.4.3 Marco Legal.**

En el reconocimiento de la jerarquía legal que caracteriza nuestro ordenamiento normativo, propio de las propuestas Kelseanas, sin duda alguna los fundamentos de la propiedad intelectual y sus respectivas subdivisiones se hallan en la Constitución Política de 1991, más específicamente en su artículo 61, que en su tenor reza así:

**ARTÍCULO 61.** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

A este respecto, vale la pena advertir que tal cual como lo expresa el convenio antipiratería para Colombia, “El concepto de “propiedad intelectual”, acogido por el artículo 61 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 2 numeral 8 del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, es omnicompreensivo de diferentes categorías de propiedad sobre creaciones del intelecto, que incluye dos grandes especies o ramas: la propiedad industrial y el derecho de autor, que aunque comparten su naturaleza especial o sui generis, se ocupan de materias distintas. Mientras que la primera trata principalmente de la protección de las invenciones, las marcas, los dibujos o modelos industriales, y la represión de la competencia desleal, el derecho de autor recae sobre obras literarias, artísticas, musicales, emisiones de radiodifusión, programas de ordenador, etc.”



De igual forma, el reconocimiento constitucional de la propiedad intelectual, brinda a los órganos legislativos colombianos, y con base en la integración latinoamericana normada en el preámbulo de nuestra carta superior vigente, la formulación de tratados y convenios internacionales, que formalizan y procuran facilitar el procedimiento de este gran tema para el crecimiento comercial, industrial, educativo y científico del país. Así las cosas, la Constitución Política de 1991, cobija la propiedad intelectual y transfiere su normativización a los respectivos órganos legislativos, los cuales en su tarea han dado origen a las leyes que a continuación se relacionan:

El marco legal de propiedad intelectual en Colombia con el documento Conpes denominado BASES DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA ADECUACIÓN DEL SISTEMA DE PROPIEDAD INTELECTUAL A LA COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD NACIONAL 2008-2010.

El objetivo de las bases propuestas en este documento es potenciar el impacto de esta relación sobre la competitividad nacional y la productividad de sus agentes económicos, sin desconocer el equilibrio que debe existir entre los titulares de Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) y los usuarios del conocimiento o los bienes protegidos.

Decisión 351 de 1993 de la Comunidad Andina de Naciones. Ley 23 de 1982. Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas literarias y artísticas ( ya hora el software-ley lleras) las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación , tales como: los libros, folletos y otros escritos; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales; las obras coreográficas y las pantomimas; las composiciones musicales con letra o sin ella; las obras cinematográficas, a las cuales se asimilan las obras.

Ley 48 de 1975 (adhesión a la Convención Universal sobre Derechos de Autor, sus Protocolos I y II y a la Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión).

Ley 23 de 1982 (Sobre Derechos de Autor)

Ley 33 de 1987 (adhesión al Convenio de Berna "Para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas")

Ley 44 de 1993 (modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y modifica la Ley 29 de 1944)

Ley 545 de 1999 (adhesión al Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas)

Ley 565 de 2000 (adopción del Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor)

Decreto 1360 de 1989 (inscripción del soporte lógico (software) en el Registro Nacional del Derecho de Autor)

Decreto 460 de 1995 (reglamentación del Registro Nacional del Derecho de Autor y regulación del Depósito Legal)

Decreto 162 de 1996 (reglamentación de la Decisión Andina 351 de 1993 y la Ley 44 de 1993, en relación con las Sociedades de Gestión Colectiva de Derecho de Autor o de Derechos Conexos).

Decreto 1070 de 2008 (por el cual se reglamenta el artículo 26 de la Ley 98 de 1993.)

## **0.5 DISEÑO METODOLÓGICO**

**0.5.1 Tipo de investigación.** Es de carácter descriptivo, se describirán las características, de las variables que manejan las pymes de sector en lo referente a la aplicación de estrategias de protección intelectual, como medios de protección. Aplicada, porque de acuerdo al diagnóstico encontrado, se diseñarán lineamientos que aporten a la solución de la problemática.

**0.5.2 Método de Investigación.** Es deductivo, partiendo de aspectos generales para llevar a casos específicos como es el caso de la propiedad intelectual en el área comercial del Distrito de Barranquilla.

**0.5.3 Técnicas de recolección de información.** La recolección de los datos se realizó a través de la técnica de la encuesta, “como una forma de recopilar datos concretos, dentro de un tópico de opinión del encuestado específico, mediante un cuestionario de preguntas precisas. La técnica de la encuesta permitirá recolectar la información con base en una muestra de la población seleccionada” (Méndez, C. 2001)

**0.5.4 Población estudio.** la población estará conformada por los 68 establecimientos del sector comercial del norte de Barranquilla

**0.5.5 Cálculo del tamaño de la muestra.** La muestra poblacional para aplicar la encuesta es aleatoria simple, la cual consiste en que cada miembro de la población objeto de estudio tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

-Fórmula empleada:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

$\sigma$  = Desviación estándar de la población que, 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. 95% de confianza equivale a 1,96

e = 0.5%

$$68(0.5)^2(1,96)^2 / (68-1)(0.5)^2 + (0.5)^2(1,96)^2$$

n=25

### 0.5.6 Criterios de Inclusión

- Empresas con una dinámica de ventas superiores a 200 millones de pesos anuales.
- Empresas registradas y formalizadas ante Cámara de Comercio de Barranquilla
- Empresas que han tenido la intención por registros de marcas o cualquier tipo de medios de protección de sus productos y servicios.

## **CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

En el presente capítulo se realiza una descripción de las generalidades de la propiedad intelectual y su incidencia en la competitividad actual de las empresas que la aplican.

### **1.1 ORIGEN**

La propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio (Wipo, 2014.p.2)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL-WIPO (2014), establece que la propiedad intelectual se divide en dos categorías: La propiedad industrial, que incluye las patentes de invenciones, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas. El derecho de autor, que incluye obras literarias, tales como novelas, poemas y obras de teatro, películas, obras musicales, obras artísticas, tales como dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y diseños arquitectónicos. Los derechos conexos al derecho de autor incluyen los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los de los productores de fonogramas y los de los organismos de radiodifusión respecto de sus programas de radio y televisión. (p.2)

A partir de los fundamentos de la propiedad intelectual, es importante establecer cuáles fueron los acontecimientos que dieron lugar a la reglamentación actual e implementación de la misma a nivel mundial.

Kamil Idris (2003) el Renacimiento del Norte de Italia se considera la cuna del sistema de propiedad intelectual, por lo que no puede decirse que el concepto sea nuevo. Una ley de Venecia de 1474 constituye el primer intento sistemático de proteger las invenciones mediante una patente, que otorgaba un derecho exclusivo a un individuo. En ese mismo siglo, hacia 1440, la invención de la imprenta con tipos móviles, por Johannes Gutenberg, contribuyó a la creación del primer sistema de derecho de autor del mundo. A finales del siglo XIX, las nuevas formas innovadoras de fabricación contribuyeron a promover un movimiento de industrialización a gran escala, al que se sumaron fenómenos como el rápido crecimiento de las ciudades, la expansión de las redes ferroviarias, la inversión de capital y un aumento del comercio transoceánico. Los nuevos ideales del industrialismo, el surgimiento de gobiernos más centralizados y un nacionalismo más vigoroso llevó a muchos países a establecer sus primeras leyes modernas de propiedad intelectual (p. 3).

De las diferentes revisiones bibliográficas realizadas durante la presente investigación se puede resumir que a lo largo de su historia, la propiedad intelectual se ha basado en el principio fundamental de que el reconocimiento y la retribución de la titularidad de las invenciones y obras creativas es un estímulo para realizar nuevas actividades inventivas y creativas, y a su vez promueve el crecimiento económico. Ese proceso ininterrumpido, de problema a → conocimientos→imaginación→innovación→propiedad intelectual →solución en forma de productos mejorados y nuevas tecnologías, sigue siendo un poderoso impulsor del desarrollo económico en todo mundo.

**1.2 IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.** Los diferentes interrogantes planteados en el párrafo anterior han dado lugar a la importancia que la propiedad intelectual tiene en el desempeño de la economía mundial, en este sentido:

Kamil Idris (2003) Los economistas llevan muchos años tratando de explicar por qué algunas economías crecen más rápidamente que otras, en otras palabras, por qué algunos países son ricos y otros no. Por lo general, todos coinciden en que los conocimientos y las innovaciones han desempeñado una función primordial en el reciente crecimiento económico. El célebre economista Paul Romer (2003) ha apuntado que la acumulación de conocimientos es el motor del crecimiento económico. Romer (2003) afirma que para que los países promuevan el crecimiento, sus prácticas económicas deben fomentar la inversión en nuevas actividades de investigación y desarrollo (I+D) y subvencionar programas que desarrollen el capital humano (p.5). Aquí surge parte de la importancia de la propiedad intelectual en la actualidad.

La tendencia de las empresas a patentar sus invenciones ha aumentado igualmente en todo el mundo, en particular en el Japón, los Estados Unidos de América y Europa. En el Japón hicieron falta 95 años para llegar a la cifra de un millón de patentes concedidas, mientras que en sólo 15 años se duplicó esa cifra. Las solicitudes de patentes aumentaron también en los países en desarrollo, en el caso de Colombia existe una red de instituciones comprometidas con la protección de la propiedad intelectual, agrupadas en lo que se denomina Sistema de Propiedad Intelectual. Dicho Sistema está expuesto en el documento: Bases de un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional, publicado por el Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia, más conocido como CONPES 3533. En éste se exponen las directrices gubernamentales frente al tema y algunos antecedentes mundiales y nacionales.

**Figura 1.** Organización de la propiedad intelectual en Colombia



**Fuente:** Sistema Colombiano de Propiedad intelectual en línea <http://www.propiedadintelectualcolombia.com> revisado enero 09 2014

La figura expone todas las instituciones que pertenecen al sistema colombiano de propiedad intelectual y las tres tipos que se trabajan: derechos de autor y derechos conexos, obtenciones vegetales, finalmente propiedad industrial. A continuación se describen el número de solicitudes y patentes concedidas en Colombia en los últimos años.

Según la Sistema Intelectual Colombiano-SIC, se viene incrementándose el número de solicitudes de patentes y el porcentaje de las que concedieron. “En 2010 se solicitaron 1872 patentes y se concedieron 633, con alto índice de solicitudes provenientes del país” (Portafolio, 2013). Para el 2012, fueron otorgadas 16 patentes.



María Constanza Sánchez Blanco (2011)

Expresa que en Colombia, las industrias más destacadas a nivel investigativo, según las patentes otorgadas a nacionales, han sido el sector farmacéutico, el sector químico, mecánico y la medicina. El desarrollo de las leyes de patentes en Colombia, se ha estimulado a partir de las presiones internacionales dentro de los tratados comerciales, porque para los países industrializados, el sistema de patentes es un elemento indispensable que protege las innovaciones, los recursos invertidos, además es considerado transmisor de tecnología, promotor del conocimiento científico, indicador de la tecnología y se asume que las patentes incentivan la investigación y el desarrollo tecnológico (p.2)

Ante todos estos acontecimientos y perspectivas en materia de propiedad intelectual a nivel mundial y por ende en Colombia, es aquí donde se aprecia la importancia de la propiedad intelectual en la economía de los países. A continuación la tabla 1, muestra el entorno e incidencia de este sistema.

**Tabla 1.**

Importancia de la propiedad intelectual en el contexto mundial

<i>Entorno actual</i>	<i>Incidencia en PI</i>
Creciente globalización de la comunidad empresarial	Creciente conciencia de la necesidad de protección de los activos intelectual a nivel local e internacional
La expansión del mercado global y del comercio internacional	La creciente importancia otorgada al licenciamiento de derechos, software, marcas y tecnología.
La creciente tendencia a generar productos comparables (en calidad, apariencia y funcionabilidad).	Los intangibles resultan la principal o única fuente de diferenciación de los productos.
La necesidad de maximizar el retorno financiero de todos los activos.	Aprovechamiento de los intangibles y de la propiedad intelectual como estrategias validas para construir valor dentro de las empresas.

**Fuente:** Clarke y Modet & C. en línea <http://www.propiedadintelectualcolombia.com>

En resumen de la tabla 1, se puede decir que la Propiedad Intelectual es un derecho privado de contenido patrimonial que reviste vital importancia en los distintos sectores de las relaciones jurídicas.

Kamil Iris (2012) también describe que:

Se está convirtiendo en un elemento primordial de la gestión empresarial. Los administradores de propiedad intelectual están contribuyendo a crear importantes carteras de activos de propiedad intelectual que pueden utilizarse en fusiones y adquisiciones, en empresas conjuntas, en acuerdos de cooperación en materia de I+D y acuerdos de licencia, en gran medida de la misma forma que los administradores de productos contribuyen a crear carteras de productos. Estas carteras de activos de propiedad intelectual se desarrollan de una manera estratégica y se orientan hacia sectores de mercados de productos y tecnologías y oportunidades de licencia recíproca (p.13)

### **1.3 PROPIEDAD INTELECTUAL EN COLOMBIA**

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA (2011)

En el artículo 70 de la Constitución Política se encuentra consagrado el deber del Estado de incentivar el acceso a la cultura, en igualdad de condiciones, a través de la educación permanente. Igualmente, el artículo 271 de la Decisión Andina 486 de 2000 dispone que “los Países Miembros propenderán al establecimiento de mecanismos de difusión y divulgación de la información tecnológica contenida en las patentes de invención.” (p.16)

En desarrollo de las disposiciones citadas, en el año 2009 se expidió la Ley 1286 mediante la cual se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia, cuyo artículo 1 reza:

“El objetivo general de la presente ley es fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a Colciencias para lograr un modelo productivo sustentado en la ciencia, la tecnología y la innovación, para darle valor agregado a los productos y servicios de nuestra economía y propiciar el desarrollo productivo y una nueva industria nacional (UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA 2011, p.17)

En Colombia de acuerdo con lo previsto en el ya mencionado Decreto 2153 de 1992, la Superintendencia de Industria y Comercio es la Oficina Nacional competente para la administración del sistema nacional de propiedad industrial. La Superintendencia es un organismo de carácter técnico, que goza de autonomía administrativa, financiera y presupuestal y su actividad está orientada a fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumidor colombiano se encuentra adscrita al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo desde su misma creación, pues con base en las facultades otorgadas al Presidente, fue creada mediante la ley 19 del 25 de noviembre de 1958 y el decreto 1653 del 15 de julio de 1960, como la Superintendencia de Regulación Económica. Este organismo de la Rama Ejecutiva que se encargaba especialmente de estudiar y aprobar con criterio económico y técnico, las tarifas y reglamentos de servicios públicos como energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y similares, y las tarifas de los espectáculos públicos, de los cines y de los hoteles.

En el documento CONPES 3533 del 14 de julio de 2008, denominado “bases de un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la

productividad y competitividad nacional 2008-2010” se justificó la elaboración de una directiva de la siguiente forma: “El conocimiento es en el siglo XXI un recurso crucial entre los múltiples determinantes de la competitividad de un país. La generación de valor con base en la creación intelectual, es decir, la producción de conocimiento, así como el uso del conocimiento disponible, son herramientas fundamentales para producir bienes y servicios innovadores capaces de insertarse adecuadamente en mercados competitivos.

### 1.3.1 Trámites de protección en Colombia

Los trámites se realizan ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

En el caso de un Registro de Marcas.

Antes es importante definir las características fundamentales de una marca:

**Marca**, es un signo apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Es el signo que otorgará a una persona y /o empresa la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado.

Las marcas pueden consistir en palabras, letras, números, dibujos, imágenes, formas, colores, logotipos, figuras, símbolos, gráficos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas, escudos, olores, sonidos o combinación de estos elementos.

**Clase** es un grupo de productos o servicios que guardan relación entre sí, agrupados de acuerdo con una clasificación aceptada internacionalmente denominada “clasificación de Niza”.

## **Tipos de Marcas:**

**Nominativas:** marcas que identifican un producto o servicio a través de más de una letra, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos y que constituyen un conjunto legible y/o pronunciable. Ejemplo: R&R, MNG, NIKE, ADIDAS, marcas pertenecientes a la clase 25 de la Clasificación internacional de NIZA.

**Figurativas:** integradas únicamente por una figura o un signo visual “logotipo” que se caracteriza por su configuración o forma particular totalmente impronunciable. La marca figurativa puede o no incluir un concepto en la gráfica, así, podría ser una manzana que lleva un concepto directamente vinculado o podría ser un conjunto líneas que no represente un concepto en particular. Ejemplos: logo de Colombia es PASIÓN sin el nombre, logo de Nike sin el nombre, logo de Apple sin el nombre.

**Mixtas:** es la combinación de uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos gráficos, de color o tridimensionales. Podría limitarse a la presentación de denominaciones con un tipo especial de letra y/o color. Ejemplo: logo de Colombia es PASIÓN con el nombre, logo de Nike con el nombre, logo de Apple con el nombre.

**Tridimensionales:** consistentes en la forma de los productos, sus envases o sus empaques, al contar con volumen pueden ser percibidas por el sentido del tacto. ejemplo: una botella de Coca-Cola, un chocolate de marca kiss, un frasco de perfume.

**Sonoras:** a través de las cuales las empresas pueden identificar sus productos y servicios. Las marcas sonoras se caracterizan por estar integradas por un sonido o una melodía, con la cual la gente asocia su producto y que es totalmente distinta con la que pueda ser usada por un competidor. Las marcas sonoras deben ser representadas gráficamente por intermedio de un pentagrama, sonograma, onomatopeya y acompañada de un archivo de sonido que soporte la grabación digital que esta puesta a disposición de todos los usuarios en el sistema de PI.

### **Procedimiento del registro:**

- Pasos previos a protección.
  - Escoger el signo distintivo.
  - Identificar la clasificación internacional.
  - Búsqueda de antecedentes y parecidos fonéticos o gráficos de su signo.
  - Diligenciar petitorio.
1. Solicitud de registro.
  2. Examen de forma

Cumple requisitos:

SI: publicación- oposiciones-examen de fondo.

NO: examen de forma

Para la presentación de la solicitud de registro, se debe presentar en el Formulario único de Signos Distintivos (petitorio) que se encuentra en la página web de la SIC o en las respectivas oficinas.

### **Protección, Duración y Renovación del Registro**

**Protección del registro:** los derechos sobre el registro tienen una protección referida al territorio colombiano, lo que quiere decir que el registro carece de protección en el exterior.

**Duración del registro:** el registro otorgado tiene una duración de 10 años, contados desde la fecha de su concesión. La marca podrá ser renovada indefinidamente por períodos sucesivos de 10 años, contados desde la fecha del vencimiento precedente.



**Derecho al Uso:** Una vez concedido el registro y expedido el certificado que convierte al solicitante como único y legítimo titular de la marca, se puede empezar a ejercer los derechos incorporados en el título, que es la resolución de concesión.

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

La tabla 2 muestra los costos para hacer un registro de marcas en Colombia.

**Tabla 2.**

Costos proceso de registro de marcas

Paso 1 - Estudio de Factibilidad		
	Marca Denominativa 	Marca Denominativa más logo 
<b>1 Clase</b>	\$ 136,994	\$ 232,078
<b>Clase Adicional</b>	\$ 119,684	\$ 214,768

Plazo de entrega: 2 días hábiles

Paso 2 - Solicitud de Registro de Marca	
<b>1 Clase</b>	\$ 1.422,356
<b>Clase Adicional</b>	\$ 1.335,433

Duración Estimada del Proceso: 10 meses

**Fuente:** <http://www.marcaria.com.co/precios-patentar-marcas-colombia.asp>

En el anexo 1, se encuentra el formulario para solicitar el registro de marcas.

## **Trámites para una patente**

Superintendencia De Industria y Comercio (2014)

**Una invención** es la solución material que se da a un problema técnico y se obtiene como resultado de un esfuerzo intelectual.

**Una patente** es un título de propiedad otorgado por el gobierno de un país, que da a su titular (persona natural o jurídica dueñas de la invención) el derecho a impedir a otros la fabricación, venta, y/o utilización comercial de la invención protegida por un tiempo determinado.

El titular de una patente puede decidir quién puede o no utilizar la invención patentada durante el período en el que está protegida, puede conceder autorización o una licencia a terceros para utilizar la invención con sujeción a las condiciones establecidos de común acuerdo y puede vender el derecho a la invención a un tercero, que se convertirá en el nuevo titular de la patente. A cambio de la protección que el Estado concede al inventor, éste debe revelar detalladamente la manera de producir y utilizar la invención.

### **Tipos de protección**

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

**Patente de invención:** protege todo nuevo procedimiento, método de fabricación, máquina, aparato, producto o una nueva solución técnica a un problema por un tiempo de 20 años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.



**Patente de modelo de utilidad:** protege toda nueva forma, configuración o disposición de elementos, de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.

La protección se concede por un tiempo de 10 años, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Se concede monopolio por la mitad del tiempo que otorga la patente de invención, es decir, por 10 años. Se pueden patentar: Procedimientos, métodos, equipos o partes de ellos, herramientas, sustancias, composiciones, productos.

No se puede patentar: Descubrimientos, teorías, métodos matemáticos, obras literarias, programas de computador (son derechos de autor), métodos de diagnóstico, terapéuticos o quirúrgicos de tratamiento, etc.

Qué no se considera una invención:

- Los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos.
- Los seres vivos o una parte de él tal como se encuentra en la naturaleza.
- Los procesos biológicos naturales, el material biológico existente en la naturaleza o aquel que pueda ser aislado, inclusive genoma o germoplasma de cualquier ser vivo.
- Las obras literarias y artísticas.
- Los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, juegos o actividades económico-comerciales.
- Los programas de computador o el soporte lógico.
- Las formas de presentación de información.

Inventiones en las que no es posible la patentabilidad: inventiones cuya explotación comercial deba impedirse necesariamente para lo siguiente:

- \* Proteger el orden público, o la moral.
- \* Proteger la salud, o la vida de las personas o de los animales.
- \* Preservar los vegetales.
- \* Evitar daños al medio ambiente.

-Métodos de diagnóstico, terapéuticos y quirúrgicos para el tratamiento de las personas o animales (p.19-22). En el anexo 2, se encuentra un modelo del formato de solicitud.

### **Trámites para la propiedad industrial**

La Propiedad Industrial abarca los derechos provistos para proteger invenciones (creaciones novedosas que tienen una finalidad industrial definida y útil), los signos distintivos de productos o servicios y además para reprimir la competencia desleal (en caso de violación de los secretos industriales) (Superintendencia de Industria y Comercio, 2014.p.12)

La Propiedad Industrial se clasifica en dos grandes grupos:

1. El que protege las CREACIONES INDUSTRIALES: patentes, diseños industriales y secretos industriales.
2. El que protege los SIGNOS DISTINTIVOS: marcas, lemas comerciales, denominaciones de origen (Pradilla Humberto 2010).

Pradilla Humberto (2010)

Actualmente en Colombia, existe otra modalidad de Propiedad Industrial llamada “Certificación de especies vegetales”, la cual se regula en forma independiente de las creaciones industriales. Esta modalidad protege a los creadores de variedades de especies vegetales obtenidas por medio de la biotecnología. La entidad gubernamental que se encarga de expedir dichos certificados es el Ministerio de Agricultura (p.13)

## El secreto industrial

Es una forma de protección de la propiedad intelectual y comprende el conocimiento relacionado con algún proceso, modelo, elemento o compilación de información (técnica, administrativa o comercial) que sea utilizada en un negocio y le provea al dueño una oportunidad para obtener ventajas sobre los competidores que no conocen ni usan dicha información. La ley ampara los secretos industriales (Decisión 344 del Acuerdo de Cartagena) (Pradilla Humberto 2010). La tabla 3, se relacionan los costos de solicitud de una patente.

**Tabla 3.**

Costos de solicitud de patentes en Colombia

CLASE DE SOLICITUD	COSTOS
Patente de invención	\$500.000
Patente de modelo de utilidad	\$270.000
Licencia obligatoria	\$1.280.000
Fase internacional para patentes	\$865.000

**Fuente:** Superintendencia de Industria y Comercio 2013

La tabla 3, describe los costos de solicitud de patentes en Colombia dependiendo los tipos de patentes. “De acuerdo al informe de 2013 de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI con el aumento de solicitudes de patentes en países como: Brasil, India, Israel, Sudáfrica, se han implementado políticas para disminuir costos y mayor incentivos. En Colombia siguen costosos los trámites para proteger las invenciones, lo cual es un factor limitante para aumentar el número de solicitudes de patentes, registros de marcas entre otros” (OMPI, 2013).

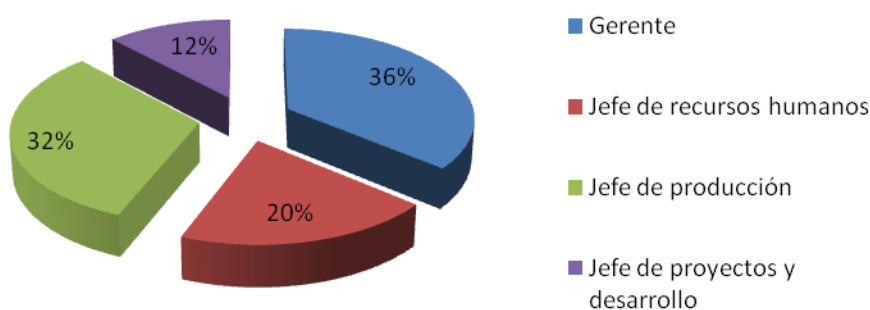
## CAPÍTULO II. ESTADO ACTUAL DE LA GESTIÓN EN PROPIEDAD INTELECTUAL DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIAL ESPECÍFICAMENTE EN EL SUBSECTOR DE DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN BARRANQUILLA.

A continuación se presentan los resultados el instrumento aplicado, en el marco de la investigación.

### 2.3 RESULTADOS

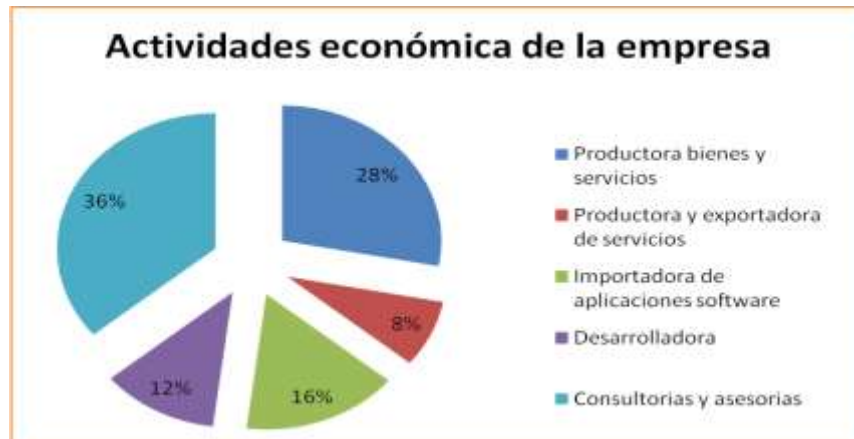
#### PREGUNTA 1. ¿CUÁL ES EL CARGO DEL ENCUESTADO?

##### Cargo del encuestado en la empresa



Los resultados muestran que no existen cargos dedicados al tema de propiedad intelectual en las empresas, el 36% son gerentes, un 32% jefe de producción, otro 20% jefe de recursos humanos y un restante 12% jefe de proyectos y desarrollo. Un 12% de las empresas existe un cargo que se están estructurando para la finalidad de medios de protección.

## PREGUNTA 2. ¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA EMPRESA?



**Gráfica 2.** Actividad económica

El 36% de las empresas encuestadas se dedican a la consultoría y asesorías en diferentes campos, seguido de 28% productoras de bienes y servicios, un 16% son importadoras de aplicaciones de software; el 12% son desarrolladoras de software y programas y un 8% final son productoras y exportadoras de servicios.

## PREGUNTA 3. ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE EMPLEADOS POR EMPRESA ENCUESTADAS?



**Gráfica 3.** Número de empleados

De acuerdo a los resultados de la pregunta 3, el 52% de la empresas del subsector tienen de 1 a 10 empleados, el 20% tienen de 10 a 20 empleados, un 16% cuentan de 20 a 50 empleados, y finalmente un 12% 50 empleados en adelante. En Colombia, y mientras se reglamenta el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011, los parámetros vigentes para clasificar las empresas por su tamaño son las siguientes (artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 2º de la Ley 905 de 2004). Disposición que exige el cumplimiento de las dos condiciones de cada uno de los tipos de empresa. Según la norma las empresas del sector están clasificadas en su mayoría el 52% como microempresas

**PREGUNTA 4. ¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA?**

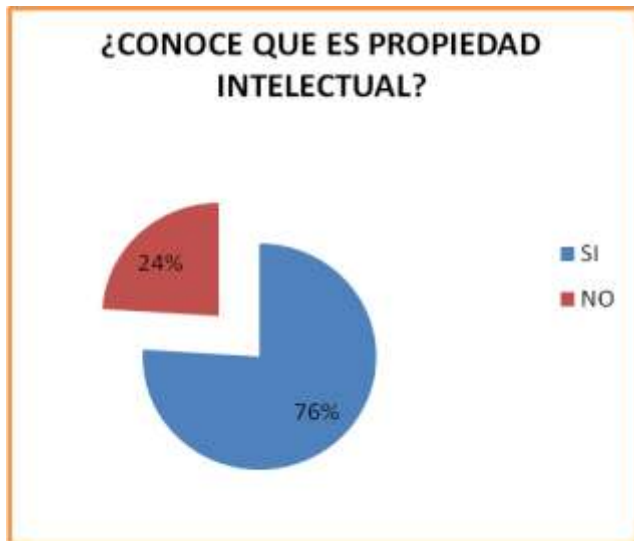


**Gráfica 4.** Productos que ofrece la organización

Según los resultados de la pregunta 4, el 32% de las empresas encuestadas producen software y aplicaciones, seguido de un 20% de las empresas que se dedican al marketing y publicidad; un 16% ofrecen diseño gráfico y publicidad; de igual forma

encontramos una porción de 12% de empresas que tienen servicios de consultorías en sistemas integrados, otro 12% venden estructuras de acero y otros metales; y un restante 8% que ofrecen servicios de consultoría en medio ambiente.

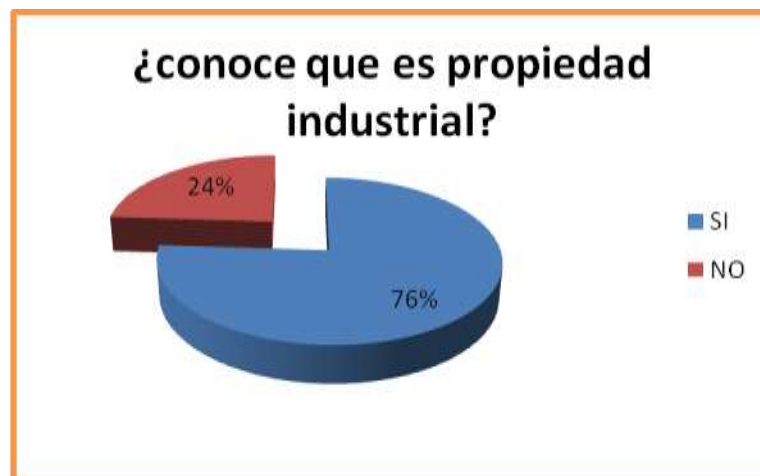
**PREGUNTAS 5, 6, 7. ¿CONOCE QUE ES PROPIEDAD INDUSTRIAL, DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INDUSTRIAL?**



**Gráfico 5.**



**Gráfico 6.**

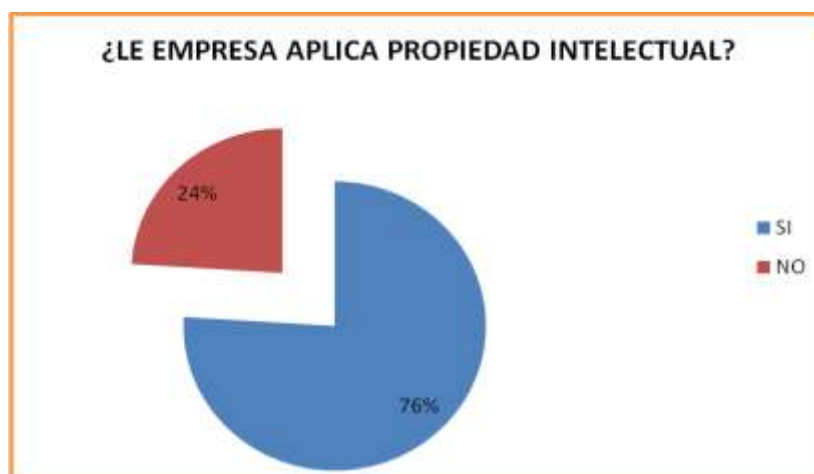


**Gráfico 7.**

En la triangulación del análisis de las preguntas 5, 6 y 7 encontramos que el 76% de los encuestados manifiestan conocer el término de propiedad intelectual, industrial y derechos de autor y un 24% no conocen de propiedad intelectual, industrial y derechos de autor. Los resultados de aplicación del instrumento también dejan entrever que a pesar de conocer el término la aplicación en la empresa es baja, se puede decir que los empresarios están subestimando ampliamente las posibilidades de obtener beneficios futuros gracias a su uso. Sin embargo, la propiedad intelectual puede convertirse en un activo valioso cuando se protege de acuerdo con la ley y cuando existe una demanda en el mercado para los productos y servicios protegidos.

Los resultados demuestran que los empresarios ven la aplicación de la propiedad intelectual como un gasto, más no como una inversión que le puede producir mayores utilidades, tampoco han entendido que la innovación constituye un motor central del crecimiento, del desarrollo económico y de la creación de mejores puestos de trabajo. Asimismo, permite a las empresas competir en el mercado mundial y encontrar soluciones a los problemas tecnológicos y económicos.

#### **PREGUNTA 8. ¿LA EMPRESA APLICA ESTRATEGIAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL?**



**Gráfica 8.** Aplicación de la propiedad intelectual.



Encontramos que el 76% de las empresas del subsector han aplicado un tipo de propiedad intelectual, y un restante 24% no. Se tendría que profundizar más en la temática porque las pymes no están aplicando o aplican estrategias de propiedad intelectual, más allá de lo expresado por diferentes propietarios y gerentes de empresas que son procesos costosos, se tendría que investigar cuales son los mecanismos de incentivos y programas de fortalecimiento por parte de los entes gubernamentales respecto a esta temática. Ante estas eventualidades encontramos los análisis de:

Sacha Wunsch Vincent (2013). Quien dice que el cambio en el panorama de la innovación está poniendo en tela de juicio antiguas prácticas empresariales. Las empresas tienen que adaptarse para seguir siendo competitivas. Más allá del aumento del uso de los mercados de los conocimientos y de los nuevos intermediarios de propiedad intelectual, las empresas y otras organizaciones también están experimentando con nuevas políticas y prácticas de propiedad intelectual (p.3).

### **PREGUNTA 9. ¿TIPO DE ESTRATEGIA DE PROPIEDAD INTELECTUAL APLICADA?**



**Gráfica 9.** Tipo de estrategia de propiedad intelectual aplicada

De acuerdo al tipo de estrategia de propiedad intelectual aplicada por las empresas, el 50% aplican derechos de autor, un 28% protegen los diseños industriales, seguido de un 17% que protegen los modelos de utilidad y un restante 5% han patentado. Dentro de las modales de protección de la propiedad intelectual, la empresas del sector se inclinan por aplicar derechos de autor, ante estos acontecimientos, también es importante que se profundicen si es el único medio de protección que conocen, es el que más se adapta o en su efecto el más económico que pueden utilizar, pero otro interrogante que se desprende de este análisis, es realmente útil este medio de protección para las actuales empresas del sector comercial del Distrito de Barranquilla?, ante estos aspectos la WIPO (2013), expresa:

En el marco de una economía que cada vez más que se basa en los conocimientos, la propiedad intelectual es un factor clave en las decisiones que se toman cotidianamente en las empresas. Prácticamente todos los días aparecen en el mercado nuevos productos, marcas y dibujos y modelos creativos que son el resultado de una innovación y creatividad continuas. Las pequeñas y medianas empresas (“las PYME”) suelen ser la fuerza motriz que impulsa dichas innovaciones. No obstante, no siempre se explota plenamente su capacidad innovadora y creativa ya que muchas de estas empresas no conocen el sistema de la propiedad intelectual ni la protección que éste puede dar a sus invenciones, marcas y dibujos y modelos industriales (p.1)

La falta de suficiente información sobre la importancia de la propiedad intelectual en las actividades empresariales cotidianas, los altos costos asociados a la obtención y observancia de los derechos de propiedad intelectual y la concepción de que el sistema de propiedad intelectual sólo está al alcance de los iniciados, es demasiado complicado y ocupa demasiado tiempo (WIPO, 2013, p. 2)

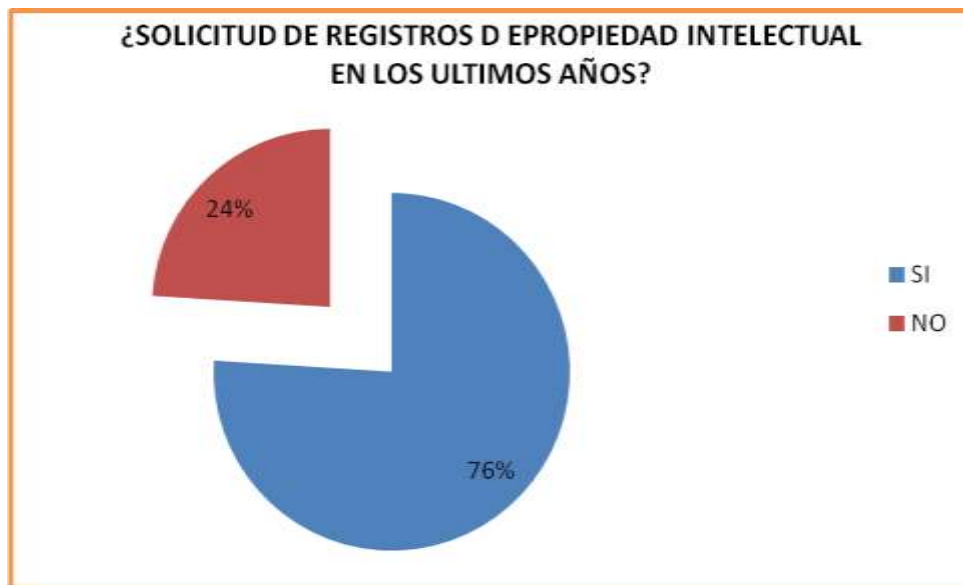
Las empresas del sector comercial del Distrito de Barranquilla, a pesar de conocer el término de propiedad intelectual, desconocen todo el proceso para su aplicabilidad y la importancia en la economía.

Aún falta en el Distrito y en el Departamento del Atlántico, estrategias que apunten a orientar a las empresas en general a superar esos obstáculos y aprovechar mejor el sistema de la propiedad intelectual. Actividades que apunten a mejorar la competitividad de las PYME a nivel nacional, regional, que evalúen las necesidades de las PYME, señalar y difundir información sobre las prácticas óptimas y forjar acuerdos de asociación con las instituciones correspondientes.

### CAPÍTULO III. DESCONOCIMIENTO DE LA NORMA RESPECTO A LA PROTECCIÓN EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El presente capítulo describe los elementos que intervienen en el desconocimiento o no del proceso de propiedad intelectual, “Todos los logros que puede alcanzar una empresa pueden ser en vano si el emprendedor no cumple con un paso fundamental: proteger los procesos y resultados de la innovación, haciendo uso de la propiedad intelectual” Mauricio Díaz (2012)

#### PREGUNTA 10. ¿HAN SOLICITADO PROPIEDAD INTELECTUAL EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?



**Gráfica 10.**

El 76% de las empresas han solicitado en los últimos años un tipo de solicitud de protección de sus invenciones o modelos de negocios, un restante 24% no han realizado este tipo de estrategia. La respuesta a estas razones de por qué no solicitan o aplican la propiedad intelectual, se describe en el análisis de la pregunta 11.

**PREGUNTA 11. ¿CUÁLES SON LAS RAZONES POR LAS CUALES NO APLICA ESTRATEGIAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL?**



**Gráfica 11.**

Dentro de las razones por las cuales las empresas no han aplicado estrategias de propiedad intelectual se encuentra con un 84% atribuyen la falta de recursos económicos, y un restante 16% dice que por la falta de conocimiento del proceso para implementar estas acciones. Estos se convierten entonces en dos elementos de peso y que toma peso al indagar por la aplicabilidad o no de propiedad intelectual.

**PREGUNTA 12. ¿LA EMPRESA REALIZA ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN?**



**Gráfica 12.** Actividades de investigación en la empresa

El 84% de las empresas realiza actividades de investigación, un restante 16% no desarrolla actividades de investigación.

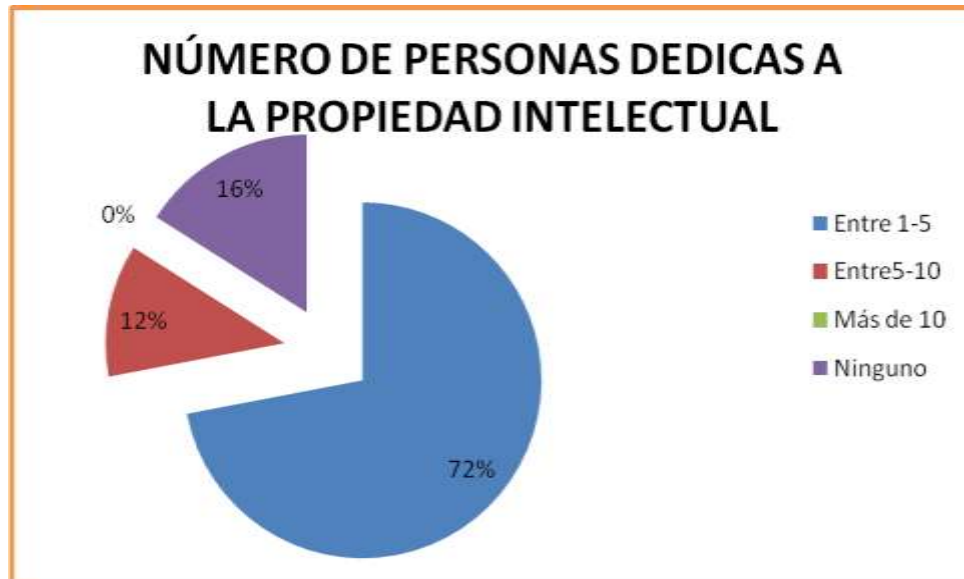
### PREGUNTA 13. ¿COMO FINANCIAN LAS ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO?



**Gráfica 13.** Financiación de la investigación

El 36% de las empresas financian sus actividades de investigación y desarrollo con capital mixto, otro 36% con capital propio, seguido de un 16% de capital semilla y un 12% no financian. Muchas empresas expresaron desconocer estrategias gubernamentales al incentivo de aplicación de propiedad intelectual, razón por la cual destinan capital propio cuando deciden innovar.

#### PREGUNTA 14. NÚMERO DE PERSONAS DEDICADAS A LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA EMPRESA



**Gráfica 14.** Número de personas dedicadas a la propiedad intelectual.

Las empresas que gestionan propiedad intelectual tienen un 72% de 1 a 5 personas dedicadas, un 16% no tienen personas dedicadas y un 12% tienen entre 5 a 10 personas. El fondo es lo costoso de mantener este proceso, por tal motivo, las personas dedicadas exclusivamente a esta actividad son pocas, algunos combinan funciones.

Álvaro Díaz (2008). Para lograr una mayor apropiación privada de los beneficios existen dos grandes mecanismos: por una parte, las normas de propiedad intelectual, que establecen un conjunto de derechos económicos exclusivos y temporales sobre los inventos y las creaciones, principalmente mediante patentes y derechos de autor; por la otra, los dispositivos o medidas tecnológicas de protección que controlan el

acceso al conocimiento y la información, sea para mantenerlos en reserva o para permitir un acceso selectivo a ellos (p.12).

Este es uno de los tantos procesos para la implementación de un proceso de propiedad intelectual que desconocen las empresas objeto de estudios, sin embargo, se encuentran algunas que lo conocen pero no lo aplican por el elemento costo. En la gráfica 16, se puede apreciar que las empresas, implementan mecanismos de protección de los cuales habría que indagar más, pero que les falta una mejor gestión del conocimiento. Un porcentaje interesante del 16% reconoce no aplicar mecanismos de protección, situación que pone al descubierto la vulnerabilidad en la información que manejan estas pymes.

**PREGUNTA 15. ¿UTILIZAN ALGÚN MÉTODO PARA PROTEGER LA INFORMACIÓN QUE MANEJAN SUS COLABORADORES SOBRE LAS INVENCIONES DE LA EMPRESA?**



**Gráfica 15.** Medios de protección de la información



Las innovaciones y creaciones contienen conocimientos e informaciones que a su vez serán insumos de nuevos inventos y creaciones. En este sentido, el problema económico central no consiste solo en incentivar la innovación, sino también en lograr que el conocimiento y la información incorporados en ella se difundan rápidamente en todo el cuerpo social y económico de una nación. Es decir, que las estrategias gubernamentales en el distrito deben estar enfocadas al incentivo económico para aplicar el proceso de propiedad intelectual, así como crear una cultura dentro del gremio, ya se ha explicado en apartes anteriores donde las empresas pueden conocer el término, pero no lo están aplicando o en su efecto no le dan dando la importancia que tiene.

#### **CAPÍTULO IV. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA UTILIZACIÓN O NO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.**

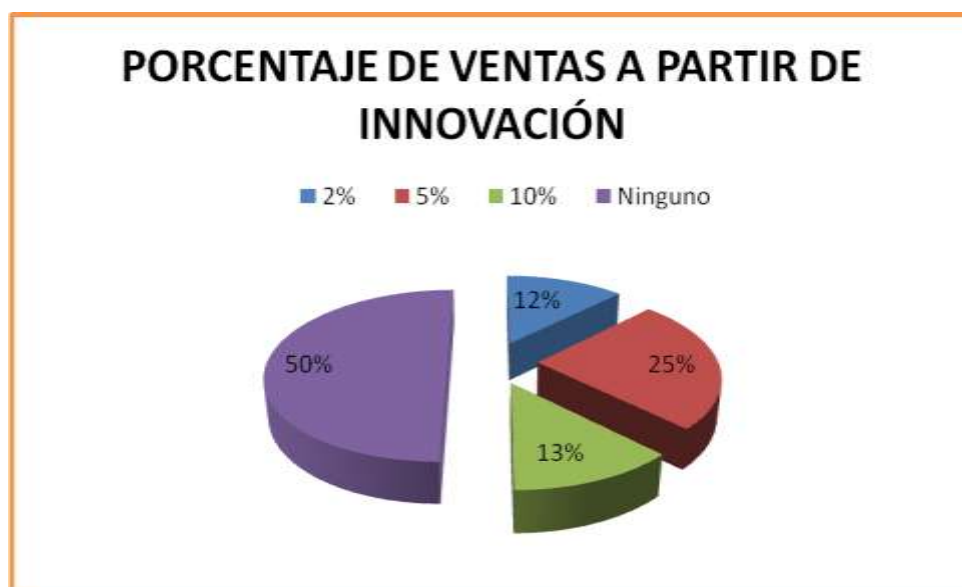
Dentro del proceso de desempeño empresarial, en las empresas se desarrollan un sin número de acontecimientos dentro de los cuales los procesos internos son de vital importancia para los resultados finales. El capítulo III, describe los factores que inciden en la utilización o no de la propiedad intelectual.



**Gráfica 16.**

Dentro de las razones por las cuales las empresas no han aplicado estrategias de propiedad intelectual se encuentra con un 84% atribuyen la falta de recursos económicos, y un restante 16% dice que por la falta de conocimiento del proceso para implementar estas acciones. Estos se convierten entonces en dos elementos de importancia y que toma peso al indagar por la aplicabilidad o no de propiedad intelectual.

**PREGUNTA 17. VENTAS NACIONALES CORRESPONDIENTES A INNOVACIONES OBTENIDAS POR LA EMPRESA. INDÍQUELO EN %.**



**Gráfica 17.**

El 50% de las empresas expresaron que no tienen ventas por concepto de innovaciones realizadas, el 25% manifestaron que un 5% de sus ventas nacionales son por conceptos de procesos de innovación, un 13% expresó que un 10% son ventas por innovación y un restante 12% un 2%. Esto indica que si se extiende la muestra, la

tendencia se puede generalizar en las empresas del sector donde no hay ingresos por conceptos de innovaciones.

### PREGUNTA 18. PROPÓSITO DE INNOVAR EN LA EMPRESA



**Gráfica 18.**

En este sentido el 72% consideran que los motivos por los cuales innovan son por obtener más utilidad, un 16% por ser reconocidos en el mercado, y finalmente un 12% por posicionamiento de la marca.

## PREGUNTA 19. ¿HA SIDO VÍCTIMA DE ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL?



**Gráfica 19.**

El 50% de las empresas encuestadas consideran que se ha adelantado en su contra el acto desleal de la imitación, siendo éste un acto de competencia desleal definido por la Ley 256 de 1996 expresamente así:

**Actos de imitación.** Las imitaciones exactas y minuciosas de prestaciones ajenas capaces de generar confusión sobre su origen empresarial o de aprovechar indebidamente su reputación, salvo cuando tales riesgos sean inevitables.

Igualmente, aquellas imitaciones sistemáticas de prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor encaminadas a obstaculizar su afirmación en el mercado, sin poderse reputar como respuestas naturales del mercado.

Por otra parte, un 19% señala que han sido víctimas de la violación de secretos, otro 19% de actos de desviación de clientela y un restante del 12%, indican que de la explotación de la reputación ajena.

Recordemos que en materia de la Propiedad Intelectual, la Ley de Competencia Desleal actúa como un apoyo invaluable a su tarea de garantías individuales y colectivas de registro, y ésta para cumplir su función preventiva a la violación de ese derecho de propiedad, no censura que un comerciante intente quitarle a otro la clientela, pues ése es un fin legítimo en el mercado. Lo que se reprocha es que lo haga utilizando medios indebidos tales como actos de desorganización, actos de confusión, actos de engaño, actos de descrédito, actos de imitación, explotación de reputación ajena, violación de secretos, inducción a la ruptura contractual y violación de normas y pactos de exclusividad, entre otros.

De otro modo, la misma pluri mencionada ley 256 de 1996, señala que quien sienta vulnerado sus derechos de propiedad intelectual por actos de competencia desleal tiene acción para que se declare judicialmente la ilegalidad de los actos realizados; consecuentemente, puede solicitar se ordene al infractor remover los efectos producidos por dichos actos e indemnizar los perjuicios causados.

A continuación, nos permitimos transcribir la definición de los actos de competencia general dispuesta por la Ley:

**Actos de Desviación de Clientela.** Los que tienen por objeto o como efecto desviar la clientela por medios contrarios las sanas costumbres mercantiles o a los usos honestos en materia industrial o comercial.

**Actos de desorganización.** Los que tienen por objeto o como efecto desorganizar internamente una empresa, el establecimiento o las prestaciones mercantiles ajenas.

**Actos de Confusión.** Los que tienen por objeto o efecto crear confusión con la actividad, las prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos.

**Actos de engaño.** Los que tienen por objeto o efecto inducir al público a error sobre la actividad, prestaciones mercantiles o establecimientos ajenos y sobre la naturaleza y características de los producto a través de indicaciones, aseveraciones u omisiones de las verdaderas.

**Actos de descrédito.** Los que tienen como fin o efecto desacreditar la actividad, establecimiento, prestaciones o relaciones mercantiles de un tercero, principalmente mediante el uso de indicaciones falsas o la omisión de las verdaderas, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.

**Actos de comparación.** Las comparaciones públicas sobre la actividad, prestaciones mercantiles o establecimiento propios o ajenos con aquellos de un tercero, por medio de aseveraciones o indicaciones falsas, incorrectas o la omisión de las verdaderas, o cuando se refieren a extremos no análogos ni comprobables.

**Actos de imitación.** Las imitaciones exactas y minuciosas de prestaciones ajenas capaces de generar confusión sobre su origen empresarial o de aprovechar indebidamente su reputación, salvo cuando tales riesgos sean inevitables.

Igualmente, aquellas imitaciones sistemáticas de prestaciones e iniciativas empresariales de un competidor encaminadas a obstaculizar su afirmación en el mercado, sin poderse reputar como respuestas naturales del mercado.

**Explotación de la reputación ajena.** El aprovechamiento de las ventajas de la reputación adquirida en el mercado por otro, como por ejemplo, el uso no autorizado de signos distintivos ajenos, denominaciones de origen falsas o engañosas y similares.

**Violación de secretos.** La divulgación o explotación no autorizada de secretos industriales o empresariales a que se haya tenido acceso ilegítimo o legítimo pero con deber de reserva.

**Inducción a la ruptura contractual.** Influenciar a trabajadores, proveedores y demás obligados para que infrinjan sus deberes contractuales básicos contraídos con un competidor. También, inducir a la terminación regular de un contrato, o aprovechar una infracción contractual ajena, mediante engaño o con la intención de eliminar a un competidor del mercado, o actos análogos.

**Violación de normas.** La infracción de una norma jurídica cuando reporta al infractor una ventaja competitiva significativa frente a sus competidores.

**Pactos desleales de exclusividad.** Las cláusulas o acuerdos establecidos en contratos de suministro con el objeto o efecto restringir el acceso de los competidores al mercado o monopolizar la distribución de productos o servicios, salvo tratándose de industrias licoreras de propiedad de entes territoriales.

## CONCLUSIONES

Se ha concluido el análisis de la propiedad intelectual en el sentido de su aplicación en el sector comercial de la ciudad de Barranquilla, que este aspecto a pesar de su reciente auge y normalización en Colombia, no es un tema desconocido para quienes pueden darle un aprovechamiento del 100%.

La tarifa más alta corresponde al registro de licencia por un valor de: \$1.280.000, lo que indica que el 24% de los comerciantes aun no son conscientes que sus productos, establecimientos, estrategias, entre otros, están a la mira de actos de competencia desleal.

En términos de innovación un gran porcentaje de las empresas el 72%, innovan por tener utilidades, dejan rezagado el posicionamiento de marcas y el posicionamiento.

La dinámica que muestra el sector a nivel nacional y regional, es interesante, sin embargo, en la muestra de empresas analizadas, se observa que a pesar que conocen de la temática, no se le ha dado la importancia que amerita, por diferentes razones donde resaltan los costos del procesos y el apoyo gubernamental como principales ejes para no implementar un programa de propiedad intelectual al interior de la organización.

Los resultados del instrumento aplicado demuestran que las empresas a pesar de conocer y aplicar tecnología e innovación, continúan con una tendencia hacia la concentración tradicional con la cual han venido trabajando durante año. En materia de



innovación se puede decir que es incipiente. A pesar que existe poca cultura organizacional hacia la innovación, en algunas empresas se aprecian actividades incrementales en innovación de manera informal, con poca gestión tecnológica, no programa.

Otros factores importantes de analizar son la compra de tecnología por parte de algunas empresas como principal estrategia tecnológica, la falta de presupuestos asignados a la innovación, investigación, desarrollo y el escaso número de departamentos de investigación y desarrollo empresariales, demuestran también un bajo grado de madurez en el entorno productivo en sus actividades de innovación, razón por la cual existe un ingresos pobres por conceptos de innovaciones.

Las empresas a pesar de conocer el término de propiedad intelectual, y algunas aplicarla, existe aún desconocimiento de la normatividad colombiana en lo que respecta es este proceso. Teniendo en cuenta la relevancia de la innovación para las ventajas competitivas de las empresas, estas últimas deben propiciar nuevos modelos de gestión, donde la capacidad de innovación se incentive y se aproveche al máximo.

Desarrollo de una sociedad del conocimiento como se esta dando el en sector comercial en el departamento del Atlántico; debe dar como resultado acciones de impulso a redes regionales; avances hacia la consolidación de mercados únicos; transferencias de tecnologías en la nueva economía del conocimiento; establecimiento de incentivos fiscales para el desarrollo de proyectos y actividades de innovación; acumulación de capital humano. El costo que implica adelantar los trámites tendientes a la obtención del derecho exclusivo concedido por el Estado. Aunque esta problemática no es exclusivamente colombiana, pero son de los más costos de Latinoamérica.

## RECOMENDACIONES

Se deben realizar investigaciones tendientes a diseñar lineamientos que les permita a las empresas comprender y sustentar el valor de la PI como la base de actividad innovadora, creativa y económica que promueva la competitividad entre negocios. Además dentro de estos lineamientos, se debe apuntar también manejar sus propios derechos de autor y marcas registradas de manera más eficaz; cumplimiento con las leyes de PI que protegen los derechos de autor y marcas registradas de otras empresas.

Las investigaciones futuras deben apuntar a tratar de dar lineamientos que permitan disminuir la complejidad que existe en Colombia para el desarrollo del trámite de concesión de una patente de invención, tanto en la etapa administrativa, como ante la jurisdicción. La celeridad en los procedimientos llevados a cabo ante la jurisdicción contencioso administrativa, ya que en ocasiones el desarrollo del proceso tiene una duración superior a la vida misma del derecho en disputa.

Desarrollar investigaciones que sensibilicen a los diferentes actores del proceso de propiedad intelectual en fundamento tales como el desarrollo de la ciencia, la economía y la tecnología depende en gran medida de la existencia de un régimen de protección a los esfuerzos creativos, construido con la finalidad de generar incentivos a la innovación, y del acceso a las nuevas creaciones y su efectivo aprovechamiento por parte de los actores del mercado.

Se deben implementar en el departamento actividades de fortalecimiento al sistema de propiedad intelectual, porque a diferente del resto del país, aún falta afianzar más.

## BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ MOREJON (2012). Armando. Valoración de las teorías que inciden en la evolución de la propiedad industrial como concepto ideológico. En línea <http://www.gestiopolis.com/otro/teoria-del-derecho-natural-a-la-propiedad.htm#mas-autor>.

DECISIÓN 344 del 21 de Octubre (1993), por la cual se adopta el Régimen Común sobre Propiedad Industrial en los países miembros del Acuerdo de Cartagena. Comisión del Acuerdo de Cartagena.

DECISIÓN 345 del 29 de octubre de (1993), por la cual se adopta el Régimen Común de Protección a los Derechos de Autor de los Obtentores de Variedades Vegetales. Comisión del Acuerdo de Cartagena.

DECISIÓN 351 del 17 de diciembre de (1993), por la cual se adopta el Régimen Común de Derechos de Autor y Derechos Conexos. Comisión del Acuerdo de Cartagena.

DECRETO No. 117 del 14 de enero de (1994), por el cual se reglamenta la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena. Ministerio de Desarrollo Económico

DÍAZ Álvaro (2008). América Latina y el Caribe: La propiedad intelectual después de los tratados de libre comercio. CEPAL. Santiago de Chile. Libros de la CEPAL

IDRIS. Kamil. (2.003). La propiedad Intelectual al servicio del crecimiento económico. Suiza: Editorial OMPI.

MINISTERIO DEL INTERIOR. Ley No. 23 del 28 de enero de 1982 sobre Derechos de Autor. Dirección Nacional del Derecho de Autor.

MINISTERIO DE AGRICULTURA (1994) Decreto 533 del 8 de Marzo, por el cual se reglamenta el Régimen Común de Protección de Derechos de los Obtentores de Variedades Vegetales.

MENDEZ. Carlos (2.001). Metodología. (3 era Edición). Bogotá: Editorial McGraw Hill.

PRADILLA Humberto (2010). Propiedad Intelectual. Bucaramanga: Corporación Bucaramanga Emprendedora Incubadora De Empresas De Base Tecnológica.

PROMOPERU (2013). Servicios al exportador: Análisis del sector servicios en Colombia. Lima: p.2-7

SÁNCHEZ BLANCO MARÍA CONSTANZA (2011). La investigación científica y el desarrollo tecnológico (protegido a través del sistema de patentes) y su incidencia sobre el crecimiento económico. Universidad de la Salle-Bogotá D.C

WALRAS. León (2008). Teoría de la propiedad. Barcelona. Revista de economía institucional. Vol 10 No. 18, pp 345-376

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA (2011). Ruta de la propiedad intelectual en Colombia.

## **REFERENCIA ELECTRÓNICAS**

Derechos de la propiedad industrial e intelectual. En línea [www.naactiva.com](http://www.naactiva.com)


GRAJALES G.Tevni. Tipos de investigación. En línea <http://www.tgrajales.net/investipos.pdf>


OMPI. Historia de la OMPI. En línea [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

WUNSCH VINCENT Sacha (2013) Los nuevos parámetros de la innovación. OMPI. Oficial Principal de Asuntos Económicos, División de Economía y Estadística. En línea [http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2012/01/article\\_0006.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/01/article_0006.html)


# ANEXOS

## Anexo 1. Formato para solicitar un registro de marca

	Espacio reservado para el adhesivo de radicación
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS COMERCIALES</b>	
Marca de: <input type="checkbox"/> Producto <input type="checkbox"/> Servicio <input type="checkbox"/> Colectiva <input type="checkbox"/> De certificación <input type="checkbox"/> Lema comercial	
1. DATOS DEL SOLICITANTE: <input type="checkbox"/> Persona natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica	
Apellido(s): (tratándose sólo de persona natural) _____	Nombre(s): (tratándose sólo de persona natural) _____
Designación oficial completa de la entidad/nombre social: (diligenciar tratándose de persona jurídica) _____ Nombre del representante legal _____	
Documento de identificación: <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> Otro _____ Número de identificación: _____	
Nacionalidad del solicitante/País de Constitución _____	Dirección del solicitante País _____ Ciudad _____
Correo electrónico _____	No. Fax _____    Número telefónico _____
Tipo de empresa: <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____ <div style="text-align: right;">( Indique que tipo)</div>	
2. DATOS DEL APODERADO:	
Apellido(s) y nombre(s) _____	No. Documento identidad _____    No. Tarjeta profesional _____
Dirección para envío de correspondencia _____	Correo electrónico _____
País _____	No. Telefónico _____
Estado - Ciudad _____	No. Fax _____
Número de Radicación o Protocolo de poder general _____	
3. SIGNO A REGISTRAR	
Tipo de marca: <input type="checkbox"/> Nominativa <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/> Sonora <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Olfativa	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%; background-color: #cccccc;"> <p style="margin: 0;">8 X 8</p> </div>

		Espacio reservado para el adhesivo de radicación	
<b>DIRECCIÓN DE NUEVAS CREACIONES</b> <b>SOLICITUD DE PATENTE - NACIONAL</b>		DIRECCIÓN CIUDAD  PAÍS	
<b>TIPO DE SOLICITUD</b> <input type="checkbox"/> Patente		<b>DECLARACIONES DE PRIORIDAD</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	
<b>TÍTULO DE LA INVENCION</b> (200 caracteres o espacios)		(33) PAÍS DE ORIGEN <input type="checkbox"/> CÓDIGO	
<b>SOLICITANTE (S)</b> <input type="checkbox"/> Esta persona también es inventor. Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria		1. 2. 3.	
1. APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL		NOMBRE IDENTIFICACIÓN	
<b>DATOS DEL SOLICITANTE</b>			
DIRECCIÓN CIUDAD  DEPARTAMENTO/ESTADO PAÍS DE RESIDENCIA		No. TELÉFONO CORREO ELECTRÓNICO NACIONALIDAD O LUGAR DE CONSTITUCIÓN	
<b>INVENTOR (ES)</b> Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria			
1. APELLIDOS 2. 3. 4.		NOMBRES NACIONALIDAD	
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>			
<b>DATOS INVENTOR (ES)</b> Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria			
1. PAÍS RESIDENCIA 2. 3.		DEPARTAMENTO/ESTADO CIUDAD DIRECCIÓN	
<b>OTRO(S) SOLICITANTE(S) Y/O (OTRO(S)) INVENTOR(ES)</b>			
<input type="checkbox"/> Los demás solicitantes y/o (demás) inventores se indican en una hoja de información complementaria.			
<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE LEGAL <input type="checkbox"/> APODERADO			
APELLIDOS		NOMBRES IDENTIFICACIÓN C.C. T.P.	

## Anexo 2. Solicitud de una patente

 <p><b>Industria y Comercio</b> SUPERINTENDENCIA</p>	Espacio reservado para el adhesivo de radicación		
<b>DIRECCIÓN DE NUEVAS CREACIONES</b> <b>SOLICITUD DE PATENTE - NACIONAL</b>	DIRECCIÓN CIUDAD  PAÍS		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;"><b>TIPO DE SOLICITUD</b></td> <td style="width: 70%;"><input type="checkbox"/> Patente</td> </tr> </table>	<b>TIPO DE SOLICITUD</b>	<input type="checkbox"/> Patente	
<b>TIPO DE SOLICITUD</b>	<input type="checkbox"/> Patente		
<b>TÍTULO DE LA INVENCION</b> (200 caracteres o espacio)			
<b>DECLARACIONES DE PRIORIDAD</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
(33) PAÍS DE ORIGEN <span style="float: right;">CÓDIGO</span>			
1. 2. 3. 4.			
<b>SOLICITANTE (S)</b> <input type="checkbox"/> Esta persona también es inventor. Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria			
1. APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL	NOMBRE <span style="float: right;">IDENTIFICACIÓN</span>		
<b>DATOS DEL SOLICITANTE</b>			
DIRECCIÓN CIUDAD  DEPARTAMENTO/ESTADO PAÍS DE RESIDENCIA	No. TELÉFONO CORREO ELECTRÓNICO NACIONALIDAD O LUGAR DE CONSTITUCIÓN		
<b>INVENTOR (ES)</b> Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria			
1. APELLIDOS  2.  3.  4.	NOMBRES <span style="float: right;">NACIONALIDAD</span>		
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>			
<b>DATOS INVENTOR (ES)</b> Para datos adicionales utilizar hoja de información complementaria			
1. PAÍS RESIDENCIA  2.  3.	DEPARTAMENTO/ESTADO	CIUDAD	DIRECCIÓN
<b>OTRO(S) SOLICITANTE(S) Y/O (OTRO(S)) INVENTOR(ES)</b>			
<input type="checkbox"/> Los demás solicitantes y/o (demás) inventores se indican en una hoja de información complementaria.			
<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE LEGAL <input type="checkbox"/> APODERADO			
APELLIDOS	NOMBRES	C.C.	IDENTIFICACIÓN T.P.



<b>DECLARACIÓN SOBRE USO DE RECURSOS GENÉTICOS O BIOLÓGICOS</b>		4. <input type="checkbox"/> Resumen
Declaro que el objeto de la presente solicitud de patente fue obtenido a partir de recursos genéticos o biológicos de lo cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina <b>es país de origen.</b> <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <b>Nota: En caso afirmativo deberá anexar copia del contrato de acceso de recursos genéticos o productos derivados certificado o número de registro, expedido por la Autoridad competente.</b>		5. <input type="checkbox"/> Documento de Prioridad.
		6. <input type="checkbox"/> Traducción de documentos genéticos o biológicos de lo 7. <input type="checkbox"/> Certificado de depósito de material biológico si fuera el caso. 8. <input type="checkbox"/> Listado de secuencias de nucleótidos y/o aminoácidos en forma digital si fuera el caso. 9. <input type="checkbox"/> Arte final 12 x 12. 10. <input type="checkbox"/> Anexo formato digital.
<b>DECLARACIÓN SOBRE USO DE CONOCIMIENTOS TRADICIONALES</b>		
Declaro que el objeto de la presente solicitud de patente fue obtenido a partir de conocimientos tradicionales de comunid indígenas, afroamericanas o locales de países miembros de la Comunidad Andina. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <b>Nota: En caso afirmativo deberá anexar la licencia o autorización de uso de conocimiento tradicional, o certificado número de registro.</b>		
<b>REDUCCIÓN DE TASAS</b>		
Declaro que carezco de medios económicos para presentar la solicitud de patente. <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO Nota: En caso de ser persona natural y carecer de medios económicos, y por lo tanto, aplique la reducción de tasas a q refiere la resolución vigente en tarifas, debe firmar la presente solicitud bajo la gravedad de juramento.		
Micro, pequeñas y medianas empresas <input type="text"/> Universidades públicas o privadas <input type="text"/> Entidades sin ánimo de lucro <input type="text"/>		
<b>Debe aportar los documentos que se indican en el numeral 15 de anexos</b>		
3	<b>PARA PUBLICAR A PARTIR DE LA FECHA DE PRESENTACIÓN O DE LA PRIORIDAD INVOCADA:</b>	<b>COMPROBANTE DE PAGO O ELECTRÓNICO</b>
	Si es Patente de Invención <input type="checkbox"/> 6 meses <input type="checkbox"/> 12 meses <input type="checkbox"/> 18 meses <input type="checkbox"/> Otro Cual:	Si es Patente de Modelo de Utilidad <input type="checkbox"/> 6 meses <input type="checkbox"/> 12 meses <input type="checkbox"/> Otro Cual:
<b>FIRMA DEL SOLICITANTE, DEL APODERADO O DEL REPRESENTANTE LEGAL</b> <i>Junto a cada firma, indicar el nombre del firmante y su calidad (si tal calidad no es obvia al leer el petitorio)</i>		
<b>ANEXOS</b>		
<b>Documentación Técnica</b> <input type="checkbox"/> Descripción    N° de folios: <input type="checkbox"/> Reivindicaciones    N° Reivindicaciones: <input type="checkbox"/> Dibujos y/o figuras    N° folios:		<b>Documentación Jurídica</b> 11. <input type="checkbox"/> Poderes, si fuera el caso. 12. <input type="checkbox"/> Documento que legalmente pruebe la cesión del invento solicitante o a su causante. 13. <input type="checkbox"/> Copia del contrato de acceso de recursos genéticos o productos derivados, o certificado o número de registro, si fuera el caso.