La protección jurídica de las marcas como factor de posicionamiento y aumento de la competitividad

Cindy Lorena Toloza Gamarra, Maria Angelica Sanchez Julio, Maria Loraine Villalba

Universidad Popular del Cesar

Resumen

Se presenta una investigación jurídica con enfoque cualitativo, alcance descriptivo e interpretativo y carácter documental, cuyo objetivo es analizar la normativa internacional y nacional vigente sobre el registro y uso de las marcas como signos distintivos en Colombia. Para lograrlo, se sustenta en la metodología hermenéutico-jurídica de revisión analítica y selectiva de fuentes normativas, jurisprudenciales, doctrinales y administrativas, examinadas de acuerdo con la pregunta problema. Los resultados muestran que la protección marcaria responde a una estructura multinivel, en la que el Convenio de París y el Acuerdo sobre los ADPIC se relacionan con la Decisión 486 de la Comunidad Andina, que constituye el eje sustantivo del régimen, y con las disposiciones nacionales que lo complementan. En Colombia, este marco se desarrolla a través de la actuación de la Superintendencia de Industria y Comercio, el Consejo de Estado y los criterios interpretativos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. El análisis evidencia la relación entre el registro, el uso, la distintividad, la notoriedad, la infracción y los mecanismos de protección de las marcas. Se concluye que el alcance de la protección marcaria en Colombia deriva de la interacción entre los niveles normativos e institucionales y de su aplicación conjunta en el ordenamiento jurídico.

Palabras clave: propiedad intelectual, legislación, derecho internacional, instrumento internacional, marca registrada, Colombia

Correspondencia: cindytoloza@unicesar.edu.co