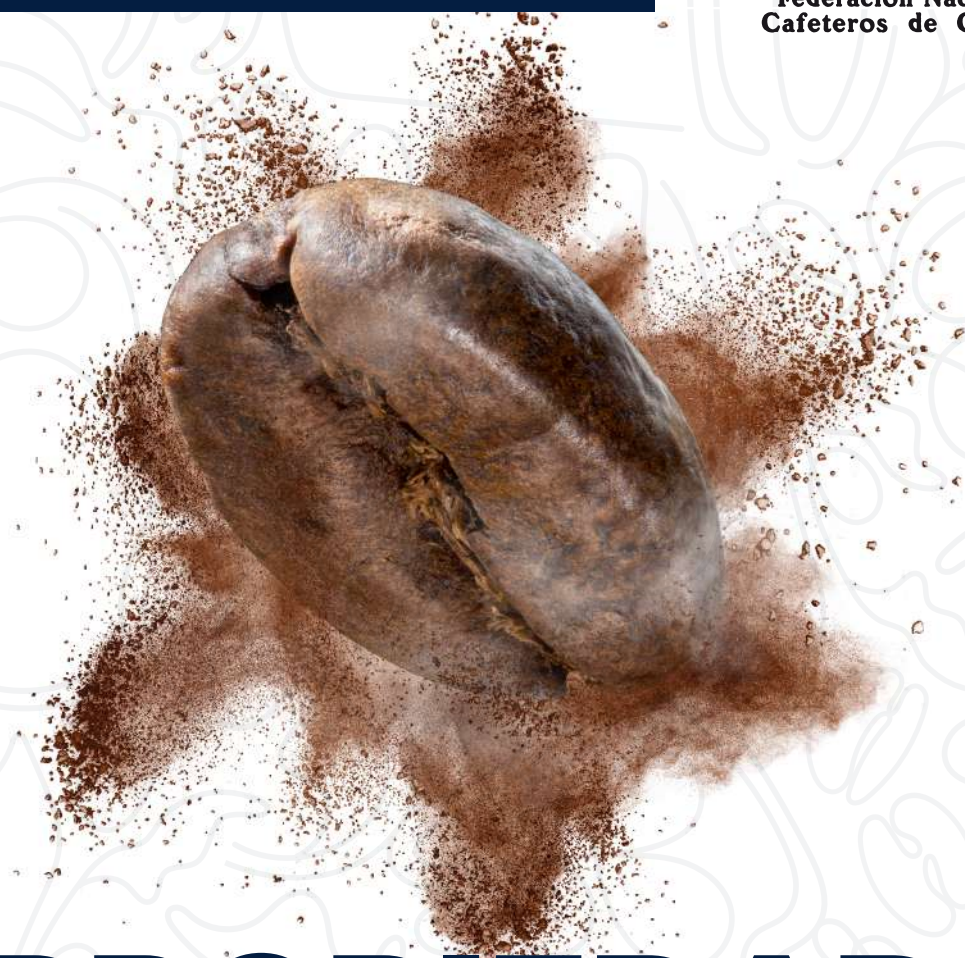


**SABEMOS**  
LO QUE HACEMOS



# PROPIEDAD INTELECTUAL

ASPECTOS BÁSICOS

**MÁS** FEDERACIÓN



El presente documento es  
elaborado por la Federación  
Nacional de Cafeteros.

Su información está  
recopilada y **ajustada  
especialmente para los  
funcionarios de la FNC y  
los comités**, su consulta es  
pública y podrá encontrarse  
en la página web  
**[federaciondecafeteros.org](http://federaciondecafeteros.org)**



# ¿QUÉ ES LA PROPIEDAD INTELECTUAL?

Es el conjunto de derechos que protegen las creaciones del ingenio humano, como marcas, obras artísticas, inventos, diseños, nombres comerciales o indicaciones de origen.

Reconoce el esfuerzo creativo, permite que quien crea pueda controlar el uso de su creación, y fomenta la innovación, la cultura y el desarrollo económico.



## La Propiedad Intelectual se divide principalmente en dos grandes ramas:

- **La Propiedad Industrial**  
protege las creaciones relacionadas con la industria y el comercio, como marcas, patentes, diseños industriales, denominaciones de origen y secretos empresariales.
- **El Derecho de Autor**  
protege obras artísticas y/o científicas, como obras literarias (libros), musicales (canciones) y audiovisuales (películas).



# ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Es un signo distintivo que identifica los productos o servicios de una empresa.

## ¿QUÉ TIPO DE MARCAS EXISTEN?

|                    |                                                                                    |                                                                                                                                       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NOMINATIVAS</b> | JUAN VALDEZ                                                                        | Es un símbolo, palabra o conjunto de palabras.                                                                                        |
| <b>MIXTAS</b>      |   | Se conoce como logo. Es el símbolo, palabra o conjunto de palabras con una tipografía especial o elementos gráficos que lo acompañan. |
| <b>FIGURATIVAS</b> |  | Es únicamente una imagen o elemento gráfico.                                                                                          |

Aunque son las más comunes, existen las llamadas no tradicionales, que incluyen los siguientes ejemplos:

### **Sonoras:**

#### **por ejemplo:**

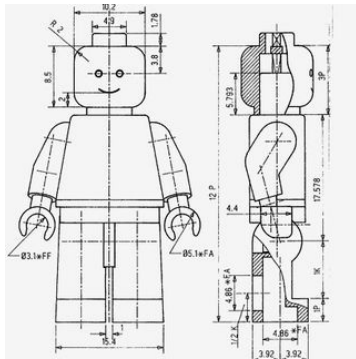
Fa Fa Fa Fa Faaaaaaa de Coordinadora.



**Olfativas:** olores que el consumidor asocia a un producto, servicio o empresa. Por ejemplo, en Europa se reconoció una marca olfativa para pelotas de tenis descrita como “olor a hierba recién cortada”.

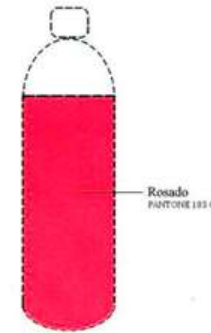


**Tridimensionales:** una pieza Lego:



Tomada de [madrimsd.org/blogs/patentesymarcas/2016/lego-juguetes-y-propiedad-industrial/](http://madrimsd.org/blogs/patentesymarcas/2016/lego-juguetes-y-propiedad-industrial/)

**Color:** El rosado de la manzana Postobón:



Tomada de [file:///D:/Perfil%20Maria%20Sanchez/Descargas/Otros%20tipos%20de%20archivo%20\(1\).pdf](file:///D:/Perfil%20Maria%20Sanchez/Descargas/Otros%20tipos%20de%20archivo%20(1).pdf)

## ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE UNA MARCA?

- **De origen e identidad empresarial:** permite identificar quién fabrica, comercializa y ofrece determinado producto o servicio, evitando confusiones ante otros similares ofrecidos por competidores.
- **De indicación de calidad:** asocia una marca con determinado nivel de calidad o satisfacción, al tiempo que identifica al responsable en caso de defectos, fallas o incumplimientos.
- **Publicitaria:** la marca actúa como un medio de comunicación mediante el cual las empresas transmiten valores, emociones y mensajes al público consumidor.
- **Crear reputación en el mercado:** con el uso continuo en el tiempo, la marca concentra y refleja la reputación de la empresa, convirtiéndose en un activo intangible de alto valor económico y comercial.

## ¿QUÉ BENEFICIOS TIENE PROTEGER UNA MARCA?

- Genera a la empresa el derecho de uso exclusivo e impide que terceros comercialicen productos u ofrezcan servicios idénticos o similares con marcas iguales o semejantes. Este derecho de exclusividad se otorga por 10 años, renovables de forma ilimitada por el mismo tiempo, siempre y cuando la marca se utilice efectivamente en el mercado.
- Evita que los consumidores se confundan y adquieran el producto o servicio de una empresa distinta a la que en realidad desean.
- El registro convierte la marca en un activo intangible que permite a su titular explotarla y recibir un ingreso por su uso, o licenciarla para que otros la usen a cambio del pago de regalías (como si fuera un arrendamiento), o incluso venderla para generar ingresos.

# ¿CÓMO SE CLASIFICAN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE UNA MARCA IDENTIFICA?

Al registrar una marca, no solo se indica su nombre, logo o forma, sino que además se describen los productos y servicios que identificará, clasificándolos conforme a la Clasificación Internacional de Niza, un sistema internacional que agrupa todos los productos y servicios del mundo en 45 clases:

**1 a 34:** para productos (cosas físicas que puedes tocar, como zapatos, jabones, café o computadores).

**35 a 45:** para servicios (actividades que otros hacen por ti, como un restaurante, una cafetería, un banco o el diseño de páginas web).

Una marca puede identificar y proteger más de un producto y/o servicio, y por lo tanto más de una clase. Por ejemplo, los servicios de una cafetería (clase 43) y el café tostado y empacado que vende (clase 30); al solicitar su registro, la empresa deberá indicar que solicita protección para ambas clases.

## ESTA CLASIFICACIÓN ES IMPORTANTE, PUES LA MARCA SOLO ESTARÁ PROTEGIDA EN LAS CLASES SELECCIONADAS

distintas empresas pueden usar y registrar marcas idénticas o similares para productos y/o servicios que no compiten entre sí, por ejemplo:



# ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE REVISAR LOS ANTECEDENTES MARCARIOS ANTES DE REGISTRAR MI MARCA?

Los antecedentes marcarios son las marcas previamente registradas o solicitadas que pueden ser idénticas o similares a una nueva que se pretende registrar.

Antes de conceder un registro, la autoridad competente analiza dichos antecedentes para verificar si el signo solicitado puede generar riesgo de confusión o asociación con marcas anteriores.

La revisión de antecedentes marcarios es clave para evitar conflictos, oposiciones de terceros o la negación de la solicitud. Omitir este análisis implica un alto riesgo de rechazo de la solicitud por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), con la consecuente pérdida de tiempo y recursos.

Por ello, antes de definir el nombre o diseño de una marca, se recomienda hacer una búsqueda previa en la base de datos de la SIC y, de ser posible, tener el acompañamiento de un abogado especializado en propiedad intelectual.



# PROTECCIÓN A LA INNOVACIÓN

## PATENTES

Una patente es una protección a una invención nueva, como una máquina, un proceso o una forma distinta de hacer algo. Al patentar se obtiene el derecho exclusivo de usarla y explotarla por 20 años.

Mientras la patente esté vigente, nadie más puede fabricar, usar o vender esa invención sin autorización del titular. La patente protege el esfuerzo del inventor y fomenta que las personas sigan creando e innovando.

Nuestro Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) ha desarrollado múltiples innovaciones protegidas con patente, como Ecomill®, una tecnología para lavar café que ahorra mucha agua y casi elimina la contaminación resultante del proceso de beneficio.



Destaca su alimentador, que lleva los granos al lavador con muy poco daño y un lavador mecánico de alta eficiencia que remueve más de 95% del mucílago con poca agua.



Esta tecnología usa solo de 0,3 a 0,5 litros de agua por kg de café vs. los 4 a 20 litros del método tradicional. Y esta poca agua residual se puede mezclar con la pulpa o secar al sol, controlando hasta 100% de la contaminación.

# MODELOS DE UTILIDAD



Un modelo de utilidad protege una mejora práctica hecha a un objeto o herramienta existente para que funcione mejor o sea más fácil de usar o más eficiente.

No se inventa algo completamente nuevo, sino que se mejora algo ya en uso, cambiando su forma, estructura o funcionamiento.

Cuando una mejora se protege como modelo de utilidad, el creador obtiene el derecho exclusivo de usarla por 10 años.

Imagen tomada de [pixabay.com/es/photos/freeimages](https://pixabay.com/es/photos/freeimages)

## DISEÑO INDUSTRIAL

Protege la apariencia externa de un producto, es decir, cómo se ve y no cómo funciona. Incluye la forma, las líneas o su combinación, que hacen que un producto tenga una apariencia única.

El diseño de un empaque, una botella, una taza o una bolsa de café puede protegerse como diseño industrial siempre que sea nuevo. Esta protección evita que otras personas copien o imiten el aspecto visual del producto sin autorización, y ayuda a que el consumidor lo reconozca fácilmente.

### Secretos industriales:

Son información confidencial que no es de conocimiento público y tiene valor para una empresa, ya que puede ser usada en actividades productivas, industriales o comerciales. Puede transmitirse a terceros con medidas para mantener su reserva.

### Ejemplos:

- Características o finalidades de productos o servicios.
- Métodos o procesos de producción.
- Medios de distribución.
- Receta de Coca-Cola.

### Requisitos:

- I. Ser secreta, es decir, no conocida ni fácilmente accesible, incluso en los círculos donde es usada.
- II. Tener un valor comercial por ser secreta.
- III. Ser objeto de medidas razonables de seguridad por su legítimo poseedor, para que se mantenga secreta.



## VARIEDADES VEGETALES

En el sector agrícola, esta protección es relevante al proteger plantas (semillas) que son el resultado de la investigación y poseen atributos ventajosos, como resistencia a enfermedades, mayor productividad o adaptación climática.

Una variedad vegetal se explica mejor con un ejemplo: Imagine una especie de tomate que un agricultor o centro de investigación logra que dé frutos morados, sabor fresa y que resiste mejor las sequías. Sus características propias lo distinguen de otros tomates, es una variedad vegetal.



Para que nadie pueda vender las semillas sin autorización de su creador, puede proteger esta innovación y obtener un derecho de obtentor; para ello debe cumplir los siguientes requisitos:

- **Novedad:** debe ser una variedad que no se haya creado o comercializado antes, es decir, nueva.
- **Distinguibilidad:** debe ser distinta a cualquier otra existente o conocida al presentar la solicitud de protección, y debe poseer al menos una característica que la haga única, como resistencia, color o forma.

- **Homogeneidad:** Todas las plantas que se obtengan de la semilla o variedad a proteger, deben ser iguales, es decir, todas las plantas que se obtengan de la siembra de la semilla deben tener las mismas características.
- **Estabilidad:** Las características que hacen a la variedad diferente, deben mantenerse inalteradas después de reproducirse sucesivamente.
- **Denominación adecuada:** debe proponerse un nombre para la variedad que sea claro y no induzca a error sobre las características.

En su labor de investigación, Cenicafé ha desarrollado múltiples variedades que hacen a la caficultura colombiana más productiva, resistente a enfermedades como la roya y mejor adaptada a la variabilidad climática.

Estas innovaciones se han protegido con este derecho sui generis de propiedad industrial para garantizar la competitividad de nuestra caficultura e impedir que las semillas sean comercializadas sin autorización en países competidores.



Imagen tomada de Avances Técnicos 377, Cenicafé, "Castillo: nueva variedad de café con resistencia a la roya." Julio de 2005.

# DENOMINACIONES DE ORIGEN EN COLOMBIA:

En Colombia existen diversos productos protegidos bajo DO, entre los cuales destacan:

|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CAFÉ</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Café de Colombia</li><li>• Café del Huila</li><li>• Café de Nariño</li><li>• Café de Santander</li><li>• Café del Tolima</li><li>• Café del Cauca</li><li>• Café de la Sierra Nevada</li></ul> |  <p>Imagen tomada de <a href="#">6 razones por que elegir granos de café enteros - Macondo Verde</a></p>                                                                                                                                                  | <b>FLORES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rosa de Colombia</li><li>• Clavel de Colombia</li><li>• Crisantemo de Colombia</li></ul>                                                                                                                   |  <p>Imágenes tomadas de <a href="#">Aumentando y cuidando la calidad de tu cultivo sacarás rosas de exportación: Clavel - Flowers of Colombia</a> y <a href="#">crisantemos en Colombia   Metroflor</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>AGROALIMENTARIOS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Queso Paipa</li><li>• Bizcocho de achira del Huila</li><li>• Arroz de la meseta de Ibagué</li><li>• Bocado veleno</li></ul>                                                        |  <p>Imágenes tomadas de <a href="#">Queso paipa - Mundoquesos. Donde preparan los mejores bizcochos de Achira del Huila. Nuestra gastronomía Huilense #huilaenlaruta   Facebook</a> y <a href="#">¡El bocado veleno tiene denominación de origen!</a></p> | <b>ARTESANALES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sombrero aguadeño</li><li>• Cerámica artesanal de Ráquira</li><li>• Cerámica del Carmen de Viboral</li><li>• Chiva de Pitalito</li><li>• Tejeduría wayú</li><li>• Mopa mopa barniz de Pasto</li></ul> |  <p>Imágenes tomadas de <a href="#">Aguadeño Tradicional Extrafino: Colombia artesanal: Ráquira, manos que le dan vida al barro. y Chiva gigante cerámica Pitalito</a></p>  <p>Imágenes tomadas de <a href="#">Viboral. Vajillas Carmen de Viboral - MANTELES Y CACEROLAS ARTESANAS PARA MESA Y COCINA</a>; <a href="#">Fanny Ivarán, tejedora de relatos, y Colombia Artesanal: el Barniz de Pasto y la maestría de sus formas</a></p> |



Los productos con DO pueden usar el sello creado por la SIC para ser identificados, siempre y cuando cuenten con la autorización de uso emitida por ella o la entidad administradora delegada para cada producto protegido.



## PREGUNTAS FRECUENTES

### ¿Por qué las ideas no se protegen?

Las ideas, por sí solas, no se protegen porque son abstractas y no se pueden identificar, delimitar o comprobar de manera concreta. Muchas personas pueden tener la misma idea al mismo tiempo, sin que exista copia o apropiación indebida.

La propiedad intelectual protege la forma en que una idea se materializa, por ejemplo, una marca registrada, una obra escrita, una invención, un diseño o un proceso específico. Solo cuando la idea se convierte en algo concreto y verificable puede ser protegida por la ley.

Por eso es importante llevar las ideas a la práctica y formalizarlas mediante los mecanismos de protección existentes para poder ejercer derechos sobre ellas.



### ¿El nombre de mi café puede ser protegido?

Sí, por diferentes medios legales. Una opción muy común y efectiva es registrar la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), que concede el registro, el cual ayuda a evitar que otras personas utilicen el nombre de su café para productos similares u actividades comerciales relacionadas con él.

## ¿Solo puedo proteger el nombre de mi café?

No, puede proteger también los dibujos o diseños que use e incluso la combinación de su nombre con dibujos o tipografías especiales.

Cada una de estas opciones (nombre, dibujos/tipografías o la combinación de ambos) puede ser protegida de forma independiente mediante el registro de marca ante la SIC.

Siempre es recomendable revisar caso por caso, con el asesoramiento legal de un abogado especialista en el tema.



## ¿Qué pasa si un tercero usa mi marca registrada sin autorización?

Si la usa, o incluso utiliza una marca muy similar sin su autorización, puede exigir que cese dicho uso y tomar acciones legales para proteger su derecho.

Entre las medidas más comunes están el envío de comunicaciones de cese y desistimiento, la presentación de oposiciones frente a nuevas solicitudes de marca, o incluso acciones administrativas ante la SIC, ante los jueces e incluso ante la Fiscalía, según el caso.

El registro marcario otorga a usted el derecho exclusivo de uso y le permite defender su marca ante usos no autorizados que puedan generar confusión o aprovechamiento indebido de su reputación.

## Si no he registrado mi marca pero la he usado por meses o años, ¿qué me podría pasar?

El uso de una marca no genera derechos en el mercado ni existe sanción por usarla sin registro, pero existe el riesgo de que un tercero la registre y se apropie de ella, por lo que se recomienda siempre registrar y proteger su marca tan pronto como sea posible.

## ¿El apellido de mi familia es una buena opción para nombrar mi café?

Sí, puede hacerlo, todo depende de las demás palabras y elementos gráficos que acompañen la marca de su café. No obstante, se recomienda usar palabras y/o dibujos no usados comúnmente en el comercio para diferenciarlo más fácilmente.

Los nombres y apellidos por sí solos, a pesar de ser protegibles, no son la opción más recomendable porque terceros también pueden compartirlos.

Siempre es recomendable revisar caso por caso con el asesoramiento legal de un abogado especializado.



## ¿Cómo se puede verificar si las palabras o dibujos que utilizo en mi marca ya están registradas?

En Colombia existe la base de datos pública de todas las marcas registradas y/o en trámite (Sipi), que puede consultar:

**AQUÍ**

Ahí se puede buscar el nombre o denominación de su marca para verificar si ya están registrados.

A screenshot of the SIC website's search interface. The header shows the SIC logo and the text 'Superintendencia de Industria y Comercio'. Below the header, there's a navigation bar with 'INICIO' and 'BUSCAR SIGNOS DISTINTIVOS'. The main content area is titled 'Criterio de búsqueda' and contains several input fields: 'Número de expediente', 'Certificado de Registro N°', 'Denominación', 'Tipo de solicitud', 'Naturaleza', 'Descripción de productos y/o servicios (texto libre)', 'Solicitante/Titular', 'Tipo de Signo', 'Estado(s)', 'Versión de la Clasificación de Niza', and 'Referencia del solicitante'. There are also instructions on how to use the search criteria, such as using AND for combinations and OR for multiple terms.

Se recomienda hacer esta verificación con el apoyo de un abogado experimentado o funcionarios de la SIC, que cuenta con un servicio de asesoría gratuita en su Centro de Apoyo a la Tecnología y a la Innovación (Cati). Las citas pueden ser virtuales o presenciales y se agendan en su página en el siguiente enlace:

**AQUÍ**

También se puede hacer una búsqueda oficial pagando la tasa correspondiente a la SIC para verificar si existen marcas con registro previo idénticas a la marca que quiere verificar, se pronuncien de forma similar o se parezcan en los dibujos usados.

*Es recomendable revisar caso por caso con la asesoría legal de un abogado especialista en el tema.*



## ¿Puedo vender, licenciar o autorizar a otros para que usen mi marca?

Sí. La marca es un activo intangible que puede ser explotado económicamente. Su titular puede autorizar su uso a terceros mediante contratos de licencia, o incluso venderla o cederla a otra persona o empresa.

Estos actos deben constar por escrito y, en la mayoría de casos, inscribirse ante la SIC para que tengan efectos frente a terceros.

## ¿Puedo afirmar que mi café es de origen Colombiano?

El origen colombiano del café está protegido en Colombia y diferentes territorios para evitar que cualquier persona pueda usarlo o aprovecharse de él sin la autorización correspondiente.



En Colombia, existe la protección a orígenes asociados a café que tienen una altísima reputación en el comercio nacional e internacional. La herramienta de protección usada es la Denominación de Origen (DO) y permite que solo los productos de café con determinadas características mínimas y una certificación previa puedan asociarse a un origen protegido.

Además de la DO Café de Colombia también se protegen orígenes regionales: Café del Tolima, Café del Huila, Café de Santander, Café de la Sierra Nevada, Café de Nariño y Café del Cauca.

Cuando se obtiene la autorización de uso de DO, además de usar elementos en el empaque que describan el origen ("100% colombiano", "café colombiano", la bandera o el croquis de Colombia, o el nombre del departamento o municipio de origen), pueden incluir el sello que creó la SIC para todos los productos artesanales y agrícolas con esta protección. Esta autorización se solicita a la FNC, y la información sobre el trámite la encuentra en:

Esta autorización se solicita a la FNC, y la información sobre el trámite la encuentra en:



## ¿Qué pasa si uso un origen protegido sin la debida autorización?

La FNC puede tener un acercamiento previo e invitarlo a obtener la autorización de uso correspondiente.

Un uso indebido puede engañar al consumidor al hacerle creer que el producto tiene un origen, calidad o certificación que en realidad no han sido verificados ni autorizados.

El uso no autorizado de un origen protegido no está permitido por ley y puede dar lugar a acciones legales y administrativas encaminadas a protegerlo y a evitar el aprovechamiento indebido de su reputación.

En Colombia, la SIC puede llegar a imponer multas, ordenar la suspensión o cierre definitivo de establecimientos de comercio, la suspensión de la comercialización del producto infractor y ordenar medidas correctivas para subsanar la infracción, entre otras, para evitar un daño o perjuicio a los consumidores.

# ¿Qué aspectos debo considerar al solicitar el registro de mi marca de café ante la SIC para evitar conflictos con la FNC o las denominaciones de origen?

Para asegurar un trámite exitoso ante la SIC y prevenir oposiciones de la FNC tenga en cuenta lo siguiente:

**Con respecto a las DO:** la FNC administra y protege la DO Café de Colombia y las DO regionales, por lo que el nombre o diseño de su marca no debe incluir:

- Términos como “Colombia”, “colombiano” o gentilicios relacionados.
- Nombres de departamentos o municipios (ej. "Huila", "Cauca", "Pitalito") si estos son parte de una DO protegida o sugieren el origen del café.
- Elementos gráficos como el croquis/mapa de Colombia, banderas u otros elementos que hagan alusión directa a territorios donde se cultivó el café.

El producto de café sí puede indicar su origen en los empaques, publicidad y redes sociales, pero como simple descriptor (siempre y cuando tenga la autorización de uso de la DO correspondiente), no como elemento o parte de su marca.

**Evitar similitud con el portafolio marcario de la FNC:** La FNC protege activamente sus marcas comerciales (como Juan Valdez®, Café de Colombia® y el logo del caficultor, entre otras). Si su marca propuesta tiene elementos visuales o fonéticos similares, la FNC podrá:

1. Enviar una carta de requerimiento previo para solicitar la modificación voluntaria de su signo.
2. Presentar una demanda de oposición formal ante la SIC que podría derivar en la denegación del registro.

**Antes de radicar su solicitud, se recomienda  
realizar una búsqueda de antecedentes  
marcarios para descartar semejanzas con  
marcas previamente registradas por la FNC.**



**SABEMOS**  
LO QUE HACEMOS