



Superintendencia de
Industria y Comercio



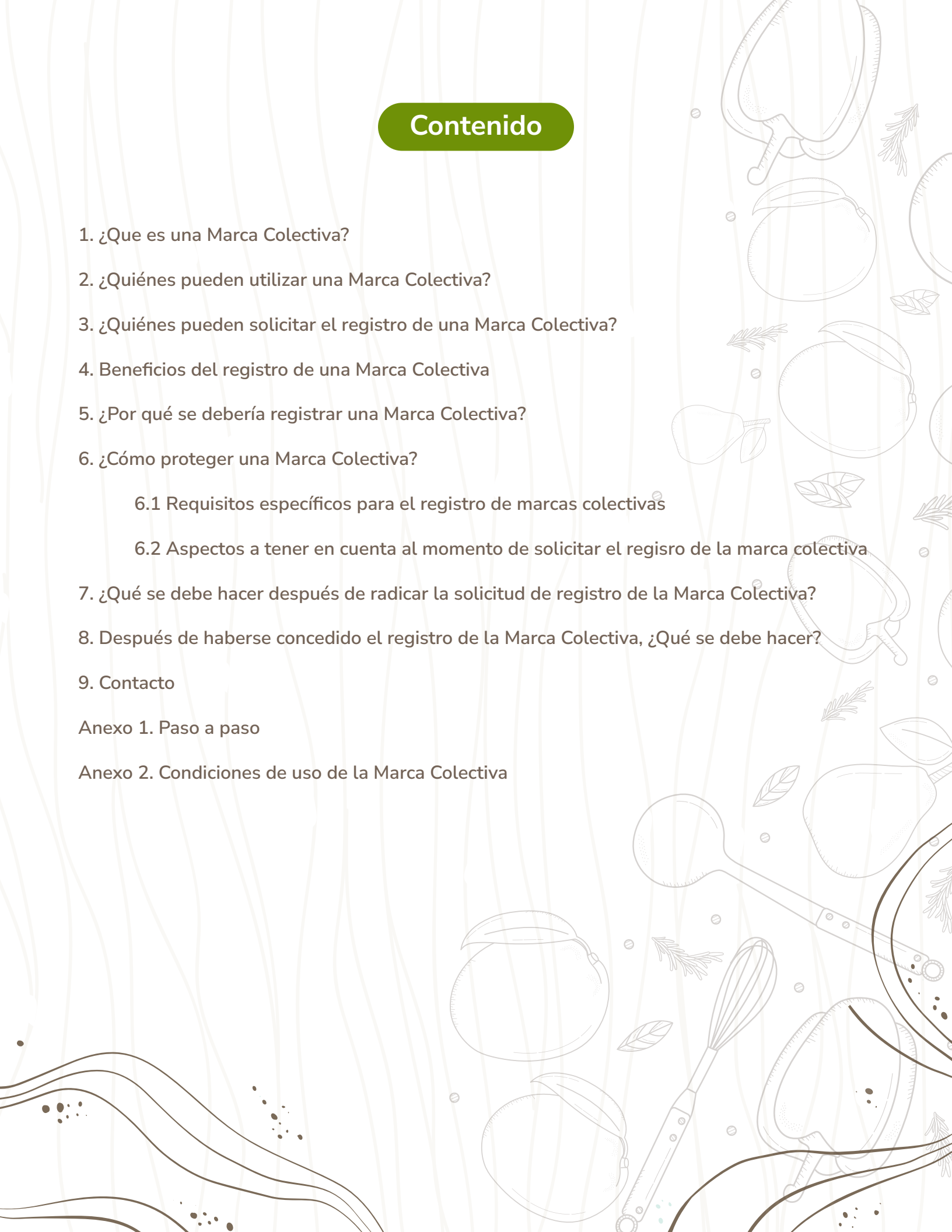
Guía práctica

Marca Colectiva

Signo de origen y distinción

Contenido

1. ¿Que es una Marca Colectiva?
 2. ¿Quiénes pueden utilizar una Marca Colectiva?
 3. ¿Quiénes pueden solicitar el registro de una Marca Colectiva?
 4. Beneficios del registro de una Marca Colectiva
 5. ¿Por qué se debería registrar una Marca Colectiva?
 6. ¿Cómo proteger una Marca Colectiva?
 - 6.1 Requisitos específicos para el registro de marcas colectivas
 - 6.2 Aspectos a tener en cuenta al momento de solicitar el registro de la marca colectiva
 7. ¿Qué se debe hacer después de radicar la solicitud de registro de la Marca Colectiva?
 8. Después de haberse concedido el registro de la Marca Colectiva, ¿Qué se debe hacer?
 9. Contacto
- Anexo 1. Paso a paso
- Anexo 2. Condiciones de uso de la Marca Colectiva

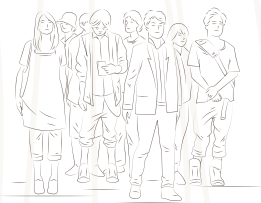


1

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una marca colectiva es todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos.

Esta marca está sujeta al control de un titular común y solo puede ser utilizada por quienes integran dicha colectividad, conforme a las reglas establecidas para su uso.



2

¿Quiénes pueden utilizar una Marca Colectiva?

Una marca colectiva puede ser utilizada exclusivamente por los miembros de las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, siempre que estén legalmente autorizados conforme a los estatutos o reglamento de uso que rigen dicha colectividad.

3

¿Quiénes pueden solicitar el registro de una Marca Colectiva?

Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos.

4

Beneficios del registro de una Marca Colectiva

El registro de una marca colectiva ofrece múltiples beneficios para los grupos organizados, asociaciones, cooperativas o comunidades que deciden trabajar de forma colaborativa bajo una identidad común. Estos beneficios pueden agruparse en ocho grandes áreas:



Fortalece la asociatividad y la identidad colectiva:

- Promueve la colaboración entre los miembros de una asociación u organización, facilitando la construcción de redes sólidas de trabajo conjunto.
- Fomenta la solidaridad, el sentido de pertenencia y la cohesión interna, al operar bajo una marca común que los representa.
- Fortalece la identidad institucional o comunitaria, proyectando una imagen unificada que puede posicionarse en el mercado.



Impulsa el desarrollo local y el acceso a nuevos mercados:

- Aumenta las posibilidades de visibilidad y reconocimiento de los productos o servicios en mercados locales, nacionales e internacionales.
- Estimula el progreso económico de regiones o comunidades, contribuyendo al desarrollo sostenible y a la dinamización de economías locales.
- Permite acceder a nichos de mercado diferenciados, interesados en productos con valor cultural, social o ambiental.

Mejora la competitividad en el mercado:

- Proporciona a los miembros una ventaja competitiva al destacar atributos específicos, como el origen, la calidad o la autenticidad de los productos o servicios.
- Facilita la diferenciación frente a competidores, atrayendo consumidores que valoran productos con identidad colectiva o territorial.
- Agrega valor comercial a los bienes o servicios ofrecidos bajo la marca colectiva.

Garantiza estándares comunes de calidad:

- Obliga a establecer un reglamento de uso que define criterios claros de producción, prestación de servicios y control de calidad.
- Asegura que todos los miembros ofrezcan productos o servicios con características homogéneas, fortaleciendo la confianza del consumidor.
- Evita prácticas individuales que puedan afectar la reputación de la marca colectiva.



Facilita estrategias comunes de promoción y mercadeo:

- Permite a la asociación diseñar e implementar estrategias conjuntas de comunicación, publicidad y distribución.
- Posibilita campañas promocionales colectivas, mayor acceso a ferias, plataformas digitales y programas de impulso comercial.
- Optimiza recursos mediante el trabajo compartido en innovación, logística y posicionamiento de marca.

Brinda protección jurídica y exclusividad:

- Otorga derechos exclusivos de uso a favor del grupo titular, impidiendo el uso indebido por terceros.
- Protege la reputación e integridad de los productos o servicios frente a prácticas desleales o imitaciones.
- Permite acciones legales contra infractores o usurpadores del signo registrado.

Genera confianza y transparencia hacia los consumidores:

- Garantiza estándares conocidos de calidad, reforzando la credibilidad del producto o servicio.
- Informa claramente sobre el origen, proceso de producción y valores compartidos por los miembros de la asociación.
- Satisface la demanda creciente de los consumidores por productos éticos, sostenibles y con trazabilidad.

Fortalece la imagen de la región o comunidad:

- Permite que los productos reflejen la identidad cultural, geográfica o histórica de una región específica.
- Mejora la reputación territorial, posicionando a la zona como lugar de producción especializada o tradicional.
- Contribuye al turismo, la inversión local y la valoración del patrimonio cultural o natural del territorio.

5

¿Por qué se debería registrar una Marca Colectiva?

- El principal propósito de una marca colectiva es permitir que los miembros de una asociación o grupo identifiquen sus productos o servicios en el mercado con una imagen y reputación común. Esto:

Genera confianza en los consumidores.

Garantiza que los productos o servicios tengan cierta calidad o características comunes.

- Se constituye en una herramienta diferenciadora y generadora de valor. La marca colectiva se convierte en una herramienta clave para:



Facilitar la producción, distribución, comercialización y publicidad de los productos o servicios.

Otorgar un valor agregado que distingue a la oferta colectiva frente a la competencia.

- El registro de una marca colectiva confiere a la asociación o grupo:



La exclusividad en el uso del signo, evitando que terceros no autorizados lo utilicen.

La posibilidad de defender legalmente la marca contra usos indebidos o imitaciones por parte de terceros.

- Adicionalmente, permite el acceso unificado a mercados y fortalecimiento de imagen, en donde sus miembros pueden:

Acceder a los mercados de manera conjunta, lo que facilita la comercialización y la negociación.

Fortalecer la imagen colectiva, obteniendo reconocimiento por la calidad y las características únicas de sus productos o servicios.

Aprovechar ventajas como la economía de escala y el mejor posicionamiento comercial.

- Finalmente, permite la protección del esfuerzo y los recursos que los miembros invierten en la producción, así como la autenticidad y calidad de los productos o servicios, garantizando su procedencia y generando un impacto positivo en el mercado.

6

¿Cómo proteger una Marca Colectiva?

La protección de las marcas colectivas en Colombia se realiza ante la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante un trámite de solicitud de registro de marca colectiva en la **Oficina Virtual de Propiedad Industrial**.



Para el registro de marcas colectivas, se aplica el mismo procedimiento de registro previsto para las marcas de productos o servicios y para ello se deben cumplir los siguientes requisitos. Ver anexo 1.



6.1

Requisitos específicos para el registro de marcas colectivas



Diligenciar el formulario de la solicitud en la Oficina Virtual de Propiedad Industrial



Presentar la lista de los integrantes que conforman la asociación, organización o grupo de personas legalmente establecido (solicitante).



Presentar la copia de los estatutos de la asociación, organización o grupo de personas legalmente establecido (solicitante).

Presentar las condiciones de uso de la marca colectiva.



6.2

Aspectos a tener en cuenta al momento de solicitar el registro de la Marca Colectiva.

a.



El solicitante de la marca colectiva deberá ser una persona jurídica legalmente constituida (ej. asociación, corporación, etc.).

Los estatutos de la organización deberán contener los requisitos mínimos legales, entre ellos, la información referente a los órganos de representación.



b.



c.



El documento de condiciones de uso de la marca colectiva deberá estar redactado de forma clara y precisa, indicando:

- Los requisitos que debe cumplir un solicitante para acceder al uso de la marca.
- La forma en la que debe usarse la marca en los productos o servicios.
- En caso de que las haya, las sanciones que se impondrían a un autorizado por el incumplimiento de las condiciones o de la forma cómo la marca colectiva debe utilizarse en los productos o servicios.

d.

Si el documento de condiciones de uso hace referencia a otros documentos anexos, estos también deberían ser allegados con la solicitud.

e.

Cuando se realicen modificaciones a las condiciones de uso, como consecuencia de los requerimientos formulados por la Superintendencia de Industria y Comercio, dicho documento deberá ser presentado nuevamente ante esta Entidad incluyendo las modificaciones.



f.

La representación del signo que se haga en el documento de condiciones de uso, debería ser exactamente la misma que la contenida en el formulario de la solicitud.

Por ejemplo, si la solicitud contiene la representación del signo en blanco y negro, el documento de condiciones de uso también debería contener la representación del signo a blanco y negro y no a color.

Todas las limitaciones a la cobertura que se hagan con posterioridad a la obtención del registro del signo, deberían ser incluidas en el documento de condiciones de uso.

g.

h.

La lista de productos o servicios distinguidos con la marca colectiva, debería ser la misma en el formulario de la solicitud y en el documento de condiciones de uso.





Reglamento de uso de la marca colectiva, el cual debe contener cómo mínimo lo siguiente:

- Se recomienda desarrollar el reglamento, realizar la socialización para construir el texto con las opiniones de todos los miembros de la asociación.
- Los términos específicos de uso de la marca.
- Los requisitos de calidad o características que deben cumplir los productos o servicios y asegurarse de que todos los miembros cumplan con los estándares y características descritas en el reglamento de uso.
- Los mecanismos de control que aseguren el cumplimiento de los criterios de calidad.
- La marca colectiva puede beneficiarse de mejoras continuas en la calidad y los métodos de producción de los productos o servicios que representa.
- Las sanciones en caso de incumplimiento por parte de los miembros.
- Se anexa modelo de reglamento (Ver Anexo).



¿Qué se debe hacer después de radicar la solicitud de registro de la Marca Colectiva?

Radicada la solicitud de la marca colectiva, es muy importante tener en cuenta:

- Hacer seguimiento del trámite a través de la **Oficina Virtual de Propiedad Industrial-SIPI**. (<https://sipi.sic.gov.co/>) y revisar si ha recibido oficios notificándole información respecto al trámite.



Trámite de Marca

¿Reconoces los estados del trámite?



Bajo Examen Formal:

Si se cumplen los requisitos formales, se ordenará la publicación, de lo contrario, se requerirá para aclarar o completar la solicitud.

*Recuerda que si no das respuesta al requerimiento correctamente o a tiempo, se declarará el abandono y se deberá volver a radicar una nueva solicitud.



Publicada:

Permite a los titulares de signos distintivos o de otros derechos de propiedad industrial válidamente protegidos, oponerse a la solicitud de registro de marca.



Con Oposición:

Cualquier persona que tenga legítimo interés para intentar impedir el registro de un signo distintivo puede presentar oposición.

*La respuesta a la oposición no es obligatoria, pero si es la defensa de la solicitud, por lo tanto, se sugiere acudir a un experto.



Bajo Examen de Fondo:

Es en donde se hace el examen de la solicitud y se toma la decisión, la cual sale mediante una resolución de concesión o de negación del registro.

*En la resolución la SIC indica las razones que la llevaron a tomar la decisión.



Apelación:

Se presenta en contra la decisiones que deniegan un registro marcario o declaran infundada una oposición.

*Se sugiere acudir a un experto para la presentación de la apelación.

Tenga en cuenta que si el registro de una marca es negado, esto no implica la devolución de la tasa oficial pagada al momento de la solicitud.



Después de haberse concedido el registro de la Marca Colectiva, ¿Qué se debe hacer?

Puede hacer uso de diversos mecanismos para proteger una marca colectiva, dentro de los cuales están:

Implementar y divulgar el reglamento de uso:

- Aplicar el reglamento interno que establece las condiciones, requisitos y controles para el uso de la marca colectiva.
- Comunicar a todos los miembros de la asociación las normas y responsabilidades relacionadas con la marca.

Supervisar el uso adecuado de la marca

- Realizar controles periódicos para asegurar que los productos o servicios que llevan la marca cumplen con los estándares de calidad y características definidas.
- Implementar mecanismos de auditoría, inspección o certificación para mantener la integridad de la marca.

Promover la marca colectiva en el mercado

- Desarrollar campañas de promoción, mercadeo y posicionamiento para fortalecer la imagen de la marca y aumentar su reconocimiento.
- Fomentar la participación conjunta en ferias, exposiciones y eventos comerciales.

Vigilar y proteger la marca

- Mantener una vigilancia constante para detectar usos indebidos o imitaciones por parte de terceros.
- Estar preparado para actuar legalmente ante cualquier infracción, mediante notificaciones o acciones judiciales.

Mantener actualizada la documentación y realizar renovaciones

- Renovar el registro de la marca colectiva en los plazos establecidos por la autoridad competente para mantener la protección.
- Actualizar el reglamento y demás documentos internos conforme a las necesidades y cambios del grupo o el mercado.

Fomentar la formación y el compromiso de los miembros

- Capacitar continuamente a los miembros sobre la importancia de la marca colectiva y el cumplimiento de las normas de uso.
- Promover el sentido de pertenencia y el trabajo colaborativo bajo la marca común.





Contacto



Centro de Información Tecnológica y Apoyo a la Gestión
de la Propiedad Industrial

Para mayor información se puede contactar con el Centro de Información Tecnológica y Apoyo a la Gestión de la Propiedad Industrial – CIGEPI, para solicitar orientación especializada en marcas colectivas.



Orientación especializada
en marcas



<https://sedeelectronica.sic.gov.co>



cigepi@sic.gov.co

ANEXO 1

Paso a paso

Para registrar una marca colectiva en Colombia

1

Búsqueda de antecedentes marcarios

Antes de presentar la solicitud, es indispensable realizar una **búsqueda previa en la base de datos** de la SIC para verificar que no existan marcas idénticas o similares que puedan generar riesgo de confusión o causar el rechazo de la solicitud.



El Objetivo de la búsqueda de antecedentes, es confirmar la viabilidad registral del nombre de la marca colectiva, y así evitar oposiciones o conflictos legales.

<https://sipi.sic.gov.co/sipi/Extra/>

- De clic sobre Signos Distintivos, "Buscar"
- De clic en "Búsqueda Avanzada"
- Ingrese la marca que desea proteger en el campo "Denominación"

2

Recolección de documentación legal

Se debe reunir la documentación que acredite la existencia legal de la organización solicitante:



- Certificado de existencia y representación legal (no mayor a 30 días).
- Estatutos sociales.
- Acta o documento que evidencie la aprobación del uso de la marca colectiva.
- Identificación del representante legal.

3

Elaboración del Reglamento de Uso (obligatorio)

Este documento es muy importante pues establece el marco regulatorio de uso de la marca colectiva, el cual debe contener entre otros temas, los siguientes:



- Quiénes pueden usar la marca colectiva.
- Requisitos de pertenencia a la entidad titular.
- Condiciones de uso y control de calidad.
- Derechos y obligaciones de los miembros.
- Sanciones en caso de uso indebido.

Este reglamento se debe acompañar obligatoriamente con la solicitud de la marca colectiva.

4

Diligenciamiento del formulario de solicitud

Se realiza a través del **Sistema de Información de Propiedad Industrial – SIPI**, en línea, en donde se precisa:



- Datos del titular (persona jurídica).
- Clase(s) Niza correspondiente(s).
- Descripción de los productos o servicios.
- Tipo de marca: colectiva.
- Adjuntos (estatutos, reglamento de uso, certificado de existencia, etc.).

Recomendaciones del formato en que deben estar los documentos para anexar:

- Documentos en formato PDF.
- Logo o signo distintivo en formato JPG.

5

Pago de la tasa oficial

La tarifa de la tasa administrativa varía según el número de clases de la Clasificación Internacional de Niza solicitadas, y los descuentos que puedan aplicar por la calidad del solicitante.

De esta manera, el pago de la tasa oficial, se realiza directamente en el sistema electrónico a través del SIPI, y allí se redirige al pago de la tasa a través de los canales autorizados.

6

Radicación electrónica

Una vez completado el formulario, anexados los documentos y realizado el pago, la solicitud debe radicarse formalmente en el sistema SIPI. Esto genera un número de solicitud.

7

Examen de forma

La SIC revisa si la solicitud cumple con los requisitos formales. Si todo está en orden, se admite para publicación en la Gaceta de Propiedad Industria.

8

Publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial

La solicitud se publica oficialmente, y comienza un plazo de 30 días hábiles para que terceros puedan presentar oposiciones a la solicitud de la marca colectiva.

9

Examen de fondo

Superado el término de oposiciones (o resueltas favorablemente), la SIC realiza un análisis de registrabilidad.

10

Decisión mediante Resolución para la concesión o negación de la solicitud de la marca colectiva

La SIC emite un acto administrativo donde concede o niega el registro de la solicitud de la marca colectiva:

- Si se concede, se otorga el Certificado de Registro de Marca Colectiva, válido por 10 años renovables.
- Si se niega, es posible interponer recursos dentro de los términos legales.

Documentos necesarios para el trámite electrónico de solicitud de radicación de la marca colectiva:

- Certificado de existencia y representación legal (no mayor a 30 días). (PDF)
- Copia de los estatutos de la entidad titular que administrará la marca colectiva. (PDF)
- Reglamento de uso de la marca colectiva.
- Imagen del logo o signo distintivo. (JPG)
- Documento de identificación del representante legal. (PDF)

Importante:

- La SIC puede requerir ajustes al reglamento de uso o información adicional.

ANEXO 2

CONDICIONES DE USO DE LA MARCA COLECTIVA

1. OBJETO DEL REGLAMENTO. El presente reglamento tiene por objeto regular el uso de la marca colectiva _____.

2. CARACTERÍSTICA COMÚN. Los productos o servicios distinguidos por la marca colectiva tienen como característica común:

3. PRODUCTOS O SERVICIOS AMPARADOS POR LA MARCA COLECTIVA. La marca colectiva podrá ser utilizada para distinguir los siguientes productos o servicios de la Clasificación Internacional Niza:

Clase __: _____.

Clase __: _____.

Clase __: _____.

Clase __: _____.

4. PROCEDIMIENTO PARA LA AUTORIZACIÓN DE USO DE LA MARCA COLECTIVA. Para la autorización de uso de la marca colectiva, se establece el siguiente procedimiento:

- _____.
- _____.
- _____.
- _____.
- _____.

5. CONDICIONES Y FORMA DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA COLECTIVA EN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS. La marca colectiva debe utilizarse en los productos o servicios siguiendo las siguientes indicaciones:

- _____.
- _____.
- _____.
- _____.
- _____.

NOTA: el solicitante podrá incluir aspectos adicionales al uso de la marca colectiva, de acuerdo con sus necesidades específicas, como por ejemplo: procedimientos relativos a la administración del signo, relación de derechos y deberes de los autorizados a usar la marca colectiva, medidas de verificación de la característica común de los productos o servicios, sanciones que se impondrían a un autorizado por el incumplimiento de las condiciones o de la forma cómo la marca colectiva debe utilizarse en los productos o servicios, entre otros.



Superintendencia de Industria y Comercio



Delegatura para la Propiedad Industrial de la
Superintendencia de Industria y Comercio



Centro de Información Tecnológica y Apoyo a la Gestión
de la Propiedad Industrial