

EL REGISTRO MARCARIO EN LA CUALIFICACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR SALUD

Trademark registration in the qualification of health and beauty sector enterprises

Valentina Solarte Prieto
vaprieto3@poligran.edu.co

Valeria Solarte Prieto
vaprieto2@poligran.edu.co

Gabriela Carlota Camacho Vargas
gcamacho@poligran.edu.co

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
Bogotá, Colombia

RESUMEN

El presente trabajo de investigación analiza el proceso de registro de marca de Selva Morada, empresa especializada en cosmética natural. El estudio comienza con la importancia de registrar una marca y cómo protege la propiedad intelectual de una empresa, también destaca el valor del registro adecuado de cosméticos naturales, los requisitos y documentos necesarios para presentar una solicitud de registro, y los desafíos comunes que enfrentan los empresarios en el proceso y consejos prácticos para superarlos. Finalmente, el propósito de este proyecto de investigación es definir los derechos de marca y reconocer la calidad; comprender la importancia de proteger los derechos de propiedad industrial de las empresas y los nombres a través de un estudio de carácter descriptivo utilizando herramientas cuantitativas para entender la relación de una marca, registro y consumidor facilita el desarrollo de competitivo de un emprendimiento.

Palabras clave:

Marca, Manual, Registro, Consumidor y Superintendencia.

ABSTRACT

This research paper analyzes the trademark registration process of Selva Morada, a company specializing in natural cosmetics. The study begins with the importance of registering a trademark and how it protects a company's intellectual property, it also highlights the value of proper registration of natural cosmetics, the requirements and documents needed to file an application for registration, and the common challenges entrepreneurs face in the process and practical tips to overcome them. Finally, the purpose of this research project is to define brand rights and recognize quality; understanding the importance of protecting the industrial property rights of companies and names through a descriptive character study using quantitative tools to understand the relationship of a brand, registration and consumer facilitates the competitive development of adventure.

Keywords:

Trademark, Manual, Registration, Consumer and Superintendency.

Recepción: 30.05.2022

Aceptación: 30.11.2022

Cite este artículo como: Solarte-Prieto, V., Solarte-Prieto, V. y Camacho, G. (2022). El registro marcario en la cualificación de los emprendimientos del sector salud. *Serie de Working Papers FNGS*, 3 (3), 1-8.

1. INTRODUCCIÓN

El registro pasó a ser un activo intangible para el empresario, gracias a esto, el emprendedor puede tener los derechos intelectuales de su sello, con el fin de proteger su empresa del uso indebido de terceros, para generar confianza y seguridad al consumidor, además, ayuda a posicionarla de una manera más rápida en el mercado, dándole un valor a la misma.

La obtención de una marca registrada para Selva Morada no solo facilita la promoción de un producto o servicio, sino que también otorga al titular los derechos exclusivos sobre un signo distintivo, permitiendo a los consumidores asegurar su origen y procedencia como proteger los intereses de los titulares, evitar desviaciones de los clientes y confusiones sobre los productos ofrecidos. Todo esto enfatiza que existen muchas garantías de que el registro permite proteger la inversión y el trabajo del titular frente a terceros. Adicionalmente, El registro otorga a Selva Morada un derecho exclusivo de uso y le permite impedir el registro y/o uso de nombres similares y/o idénticas, también puede utilizarlas como licencia con el fin de ser fuente de ingresos a través de su licencia de usuario.

De conformidad con la Ley 17/2001, de 7 de diciembre de 2001, de Marcas 1 (en adelante, Ley de Marcas), las empresas de cosmética están obligadas a registrar signos que contengan nombres, diseños, letras, colores y formas de marcas contenidas en sus productos o envases. para registrar sus derechos de protección, estos ayudan a distinguir los productos o servicios de su empresa de los de otras empresas y le otorgan el derecho exclusivo de utilizar los logotipos en relación con dichos productos y servicios. Esta protección otorga a su propietario, una empresa de cosméticos, el derecho exclusivo de impedir que otros utilicen la misma marca o una similar en los mismos productos y/o servicios o en productos relacionados. consentimiento previo. (Gomez, 2019)

Financieramente, no completar este proceso ante la Dirección General de Industria y Comercio tiene muchas consecuencias: en primer lugar, es que otras organizaciones, empresas o personas puedan utilizarla en sus productos, sobre la reputación y las relaciones que su marca o empresa ha desarrollado con los clientes y otros socios, en segundo lugar, no solo reduce beneficios de la empresa y confunde a los clientes, sino que también daña la reputación, la imagen y las perspectivas del mercado de las empresas, especialmente si los productos de la competencia son de alta calidad. y otros socios comerciales, no sólo reduce los beneficios de la empresa y confunde a los clientes, sino que también daña enormemente la reputación, la imagen y las perspectivas de mercado de la empresa, especialmente si los productos de la competencia son de alta calidad.

Si hablamos de manera más detallada de las consecuencias financieras para un emprendedor, podríamos decir que sería un escenario muy aterrador ya que cuando uno es emprendedor empieza su negocio con muy poco presupuesto, en la mayoría de los casos la inversión inicial de muchas ideas ha sido casi nula, por esta razón arriesgarnos a dejar nuestra marca sin registro nos daría un giro total ya que no tienes el dinero suficiente para volver a empezar a esto conllevaría muchos cambios que costarían mucho dinero por ejemplo cambiar toda la imagen de la marca desde letreros y empaques hasta el merchandising. Sobre la base de lo que se ha presentado anteriormente, este estudio se centrará en el impacto del registro de marca tomando como caso de estudio del emprendimiento de Selva Morada.

Formulación del problema

Mirando la evolución de sus productos, la industria cosmética las marcas que utilizan las mismas etiquetas de calidad y valor que han construido a lo largo de los años para posicionar sus productos y llegar a más consumidores. Además de desarrollar nuevos productos, tu marca. Los derechos de propiedad intelectual

(DPI) y las patentes como mecanismos para fomentar la innovación son particularmente relevantes y discutidos en el contexto colombiano (Campi, Dueñas Esterling, & Zuluaga, 2020). De acuerdo con la anterior para Selva Morada se plantea como necesidad inmediata el registro de su marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Acorde a lo anteriormente mencionado, se propone este estudio de mercado con la finalidad de analizar el mercado, el perfil del consumidor y el manual de identidad de la empresa Selva Morada para mejorar el posicionamiento, reputación y diferenciación, a través del desarrollo de un registro marcario con la finalidad de diferenciar el producto en el mercado y garantizar la calidad al consumidor a través de la construcción de la confianza en la marca.

Necesidad del mercado

Los cosméticos naturales son un producto de uso para cuidado de la piel, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), debido a la exposición al calor, frío y contaminación que continuamente el ser humano debe cuidar. Teniendo en cuenta lo anterior, las personas deberían usar productos 100% naturales como alternativa para no tener efectos en el sistema hormonal. Adicionalmente, la alta intolerancia a ciertas sustancias químicas presentes en productos para la higiene personal y belleza, causantes de acné, resequedad y alergias en la piel a su uso prolongado y recurrente, que obligan a buscar opciones más apropiadas para el cuidado de la piel.

2. MARCO REFERENCIAL

Puntos relevantes del consumo de productos cosméticos

En los últimos diez años, el consumo de cosméticos se ha incrementado significativamente, a nivel mundial, hombres y mujeres usan cosméticos a diario, y el consumidor promedio consume aproximadamente 34 productos/productos por día. La cosmética tradicional e industrial son cosas que todo el mundo conoce y utiliza en su día a día o lleva años utilizando, y los componentes químicos son evidentemente nocivos para la salud. En la búsqueda de una industria más verde, la cosmética natural se ha convertido en una alternativa viable a los productos tóxicos de la cosmética tradicional. (Colombiatrade, 2020)

No hay duda de que la cosmética natural es una industria permanente y los productos naturales seguirán gozando de grandes oportunidades en el mercado global, especialmente en el campo de la cosmética. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019) No solo hablamos de los efectos nocivos de la industria cosmética industrial sobre el medio ambiente, sino también de los efectos que sobre nuestra salud provoca el uso frecuente de estos productos. Esto tiene un gran impacto en nuestra piel y puede causar muchos efectos a largo plazo que no son investigados ni mencionados por los encargados de estas industrias. (Gioffre, 2020) Por tanto, su uso supone una amenaza para la salud de los consumidores. Si las empresas de cosmética natural en el Ecuador y el mundo lo utilizan, se reducirán los problemas de la piel como las alergias e incluso el cáncer. En países como Ecuador e incluso Colombia, el mercado para la industria de la cosmética natural es débil y el interés mundial en aprender más sobre los productos naturales es bajo, lo que nos deja con una gran oportunidad de invertir en la educación y práctica nacional de productos naturales de cosméticos para consumo local (Procolombia, s.f.)

Podemos enfatizar que nuestro país tenemos una rica biodiversidad y acceso a muchas materias primas para producir cosméticos naturales sin químicos, aceites sintéticos y otros productos que pueden afectar nuestra salud a largo plazo (Ramírez, 2021). Como se mencionó anteriormente, la cosmética natural es un

campo prácticamente inexplorado, ya que el progreso en el mercado de productos naturales requiere el desarrollo de la cadena productiva que determina las mejores prácticas de desarrollo. Los llamados productos naturales se han convertido en una tendencia lo que ha generado un crecimiento rápido en los últimos cuatro años y han entrado con fuerza en el mercado de los cosméticos.

Cada vez son más los consumidores que quieren sumarse a este movimiento de cambio, atraídos por beneficios de alta calidad, ricos en activos y productos de origen natural. Convertirnos en una sociedad cada vez más concienciada con la protección medioambiental y la sostenibilidad de estos productos naturales, ya que consigue dos objetivos principales: la oportunidad de cuidar tu piel y protección de tu cuerpo y el planeta. (Colombiatriade, 2020)

Los productos naturales de Colombia son parte importante de la industria cosmética cotidiana y siendo uno de los países más ricos y biodiversos de su territorio, el clima es diverso y las formas maravillosas llenas de características ancestrales y la vegetación es muy beneficiosa, nos ayuda a hacer grandes productos sin dañar nuestro cuerpo y añade una puerta a un clima estable durante todo el año maximiza sus propiedades estéticas. (Colombiatriade, 2020). La principal razón por la que los consumidores recurren a productos elaborados a partir de cosmética natural es que no contienen aditivos químicos ni sintéticos y no son nocivos para el medio ambiente. También debe entenderse que es orgánico y tiene propiedades relacionadas con la función.

Ingredientes como el durazno, maracuyá, café y caléndula son algunos de los ingredientes más utilizados en la elaboración de cosméticos naturales en Colombia. Según un estudio de 2020 de Procolombia, los ingredientes más utilizados en la cosmética natural colombiana son: extractos de plantas (10%), coco (10%), frutas colombianas y otras (9%), palta (8%), miel (6%), agave (5 %), cacao (4 %), avena (4 %), argán (3 %), avellana (2 %), agave (2 %), cáñamo (2 %) (Colombiatriade, 2020)

A continuación, presentaremos las categorías y productos más utilizados en el mercado nacional, gracias a esta investigación realizada por Procolombia en 2020, se encontró que existen muchos productos de cosmética natural que se encuentran en diferentes categorías para el cuidado de la piel:

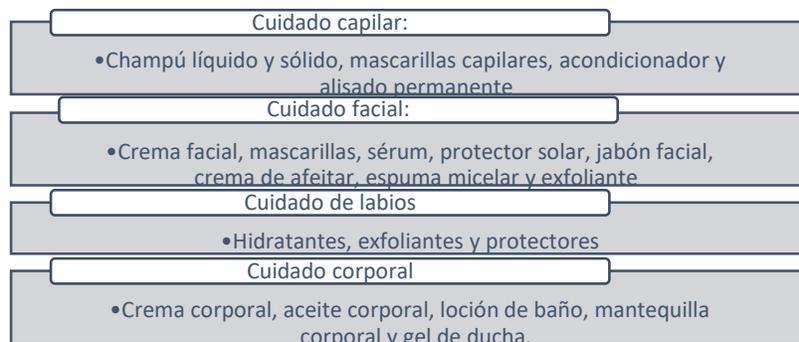


Figura 1. Categorías del cuidado de la piel. Fuente (Colombiatriade, 2020)

Somos una marca 100% colombiana, que busca transformar la forma de cuidar nuestra piel, a partir de extractos naturales de futas y semillas, con altos estándares de calidad, siendo responsables con el medio ambiente. Para los derechos de propiedad industrial, la importancia del proceso de registro se refleja en: para los propietarios de marcas comerciales, las marcas de identificación se utilizan a propósito para brindar a los

consumidores una variedad de información sobre la composición de sus productos y para elegir qué marca comprar, también por el conocimiento del mercado según tus gustos y necesidades, además, las tendencias del mercado han cambiado en los últimos años, hacia productos basados en lo natural, orgánico y vegetariano que combaten a la protección animal y hábitos saludables. (bioeco, 2021).

Debido a ello, las empresas pertenecientes al sector cosmético han incluido dicha terminología de un modo u otro en los envases, para que el consumidor optara por la adquisición de sus productos de forma preferente respecto a otros. Según Gabriel Fernández Pantaleón Secretos del Agua, es un artículo donde los creadores de esta marca quieren resaltar las grandes ventajas de la industria cosmética natural, cuál es su avance y su trayectoria (Fernández Pantaleón, 2021)

La innovación y el desarrollo de nuevos productos y procesos son importantes en la industria cosmética ya que los consumidores son conscientes de la salud y la belleza y quieren ser amigables. Sabiendo esto, selva decide enfocarse en mejorar la calidad y consistencia de la producción y distribución de sus productos. Sin embargo, es difícil conocer los ingredientes de los cosméticos. Hasta ahora, las personas han utilizado los recursos naturales, especialmente las plantas, para proteger y embellecer la piel con base en el uso tradicional y la información genética, la piel es el límite que separa nuestro cuerpo del interior.

La piel es un órgano sensorial que refleja emociones, sentimientos y salud. El envejecimiento se define como la acumulación de enfermedades a lo largo del tiempo que tiene consecuencias significativas y significativas para la sociedad. La belleza por sí sola no es suficiente, también puede retrasar el envejecimiento y prevenir enfermedades, sin embargo, la industria cosmética cree que es posible producir productos menos tóxicos, más naturales y más respetables debido a la fuerte conexión entre el desarrollo comercial y los problemas químicos y ambientes claves.

La Propiedad intelectual e innovación, patentes o secretos comerciales son decisiones que debe tomar un empresario al momento de registrar una marca. En este orden de ideas, los derechos de propiedad intelectual (DPI) y las patentes como mecanismos para fomentar la innovación son particularmente relevantes y discutidos en el contexto colombiano (Campi, Dueñas Esterling, & Zuluaga, 2020).

Por lo tanto, especialmente con respecto al registro de marcas, es necesario distinguir entre registro comercial y registro de marcas, que se realizan bajo la premisa de que el comerciante cumple con sus obligaciones de ser respetado en la realización de actividades comerciales. ejercicio. La función de este registro mercantil es servir de medio para dar a conocer la existencia, composición, representación y objeto social de las personas físicas o jurídicas que realicen actividades comerciales y no de derechos de propiedad industrial

Pertinencia Investigativa del análisis del mercado

Mirando la evolución de los productos propios, la industria cosmética ha visto que las marcas utilizan el mismo sello de calidad, así como los valores que han tenido a lo largo de los años para posicionar sus productos y llegar a más consumidores con sus productos tradicionales, además de desarrollar nuevos productos, es decir, tu marca. Los derechos de propiedad intelectual (DPI) y las patentes como mecanismos para fomentar la innovación son particularmente relevantes y discutidos en el contexto colombiano (Campi, Dueñas Esterling, & Zuluaga, 2020), de acuerdo con la anterior para Selva Morada se plantea como necesidad inmediata el registro de su marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

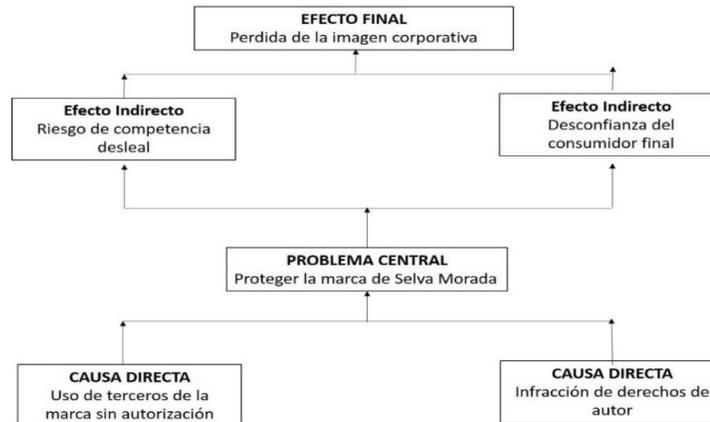


Figura: Árbol de Problemas de Selva Morada

De acuerdo anterior, Selva Morada es una marca 100% colombiana que busca transformar la forma de cuidar la piel creando productos completamente libres de tóxicos, con materia prima natural y orgánica para brindarle todo el cuidado necesario a la piel y adicional de realizar un aporte importante al cuidado del medio ambiente. La innovación de sus productos permite generar una solución a la comunidad de acuerdo a la elaboración completamente libres de conservantes y aromas sintéticos que dan grandes beneficios a la piel al ser un producto sostenible logrando que el registro de marca se convierta en una ventaja competitiva en el sector.

3. METODOLOGÍA

Dentro de los hallazgos realizados en la investigación de tipo cuantitativo con una muestra de 50 clientes actuales a través de una encuesta para poder caracterizar los clientes de Selva Morada, se pudo definir el perfil del consumidor que son mujeres entre los 18 y los 45 años de edad ubicadas en Bogotá y principales ciudades de Colombia, que son usuarias de productos para el cuidado de la piel, con gusto en cuidar su cuerpo, siendo afines a productos orgánicos locales y con conciencia ambiental.

Las variables estudiadas abordan diferentes ámbitos de la empresa Selva Morada que comprenden temas Financieros, como la fijación de precios; temas comerciales como gustos y preferencias por parte de los clientes con respecto a nuestra línea de productos; y temas técnicos presentación de los productos y cantidades de estos. Por otro lado, se hizo una indagación de los signos distintivos de la marca con el objetivo de la generación del registro en la Superintendencia de Industria y Comercio, en esa investigación de logos se estableció el símbolo como elemento de recordación y distinción de la marca en el mercado del sector de belleza y salud.

Logo



Razón de ser del logo: La razón de ser es la combinación de múltiples factores que conforman la marca

- ❖ Por ejemplo, el Circulo es un símbolo de estabilidad y colaboración. Los logos que usan anillos están diseñados para ser acogedores, positivos y enfocados en un mensaje de unidad.
- ❖ El colororado está asociado con la pureza, la sabiduría y la calidad.
- ❖ Selva: es un concepto que evoca la razón principal de la empresa, los productos naturales.

4. CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis del estudio de caso de Selva Morada, se puede afirmar de acuerdo a los hallazgos del registro marcario que es un activo intangible muy importante que contribuye al emprendedor en la seguridad y confianza al consumidor en sus productos, y permite a la empresa proteger sus derechos intelectuales del uso indebido de terceros. Por otra parte, el aporte que genera el registro de una marca es que proporciona la protección legal y exclusividad sobre el uso de esta en relación con los productos o servicios que se identifican con ella.

En resumen, el principal aporte de registrar una marca es otorgar al propietario el derecho exclusivo de utilizar la marca en el mercado y en relación con los productos o servicios específicos que se han registrado, significando que ninguna empresa puede utilizar la misma marca (o una marca similar) en relación con productos o servicios similares, ya que esto podría llevar a la confusión de los consumidores y perjudicar la imagen y reputación de la marca. Además, permite que el propietario de la misma pueda proteger sus derechos de propiedad intelectual y tomar medidas legales en caso de que alguien infrinja su marca o intente utilizarla sin su consentimiento.

5. REFERENCIAS

- Bioeco. (2021, febrero 4). *El mercado y los consumidores de cosmética natural y ecológica están experimentando grandes cambios*. <https://www.bioecoactual.com/2021/02/04/biofach-vivaness-2021-especial-mercado-consumidores-cosmetica-natural-ecologica-cambios/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019, noviembre). *Por qué la cosmética natural es tendencia*. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2019/Noviembre-2019/Por-que-la-cosmetica-natural-es-tendencia>
- Campi, M., Dueñas Esterling, M. A., & Zuluaga, J. C. (2020). ¿El fortalecimiento de los derechos de propiedad intelectual estimula la innovación? *Cuadernos de Administración*, 33-61.
- Colombiatrade. (2020, octubre 30). *Los productos naturales de Colombia hacen parte de la industria cosmética*. <https://www.colombiatrade.com.co/noticias/los-productos-naturales-de-colombia-hacen-parte-de-la-industria-cosmetica>
- Fernández Pantaleón, G. (2021, marzo 11). *La evolución de la cosmética ecológica; estudio de la empresa secretos del agua*. Leon, España.
- Gioffre, P. (2020, abril 20). *Impacto ambiental de la industria cosmética y cosméticos peligrosos* <https://www.cosmeticaltam.com/index.php/2020/04/22/impacto-ambiental-de-la-industria-cosmetica/>
- Gomez, I. (2019). *La importancia de las patentes en el sector cosmético*. <https://enriqueortegaburgos.com/la-importancia-de-las-patentes-en-el-sector-cosmetico/amp/>
- Procolombia. (s.f.). *Oportunidades de Negocio en Sector Cosméticos y aseo personal* <https://procolombia.co/oportunidades-de-negocio-en-sector-cosmeticos-y-aseo-personal>
- Ramírez, L. (2021, junio 12). *Cosmética Natural: los beneficios para la salud y el medio ambiente*. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/cosmetica-natural-beneficios-para-la-salud-y-el-medio-ambiente>