BOLETÍN JURÍDICO No. 2

Secretaría General y Jurídica
Asuntos Legales Corporativos

Contenido:

Editorial	1
Buen Gobierno Societario en la BNA.	1
Signos Distintivos	5
Decreto 1925 de 2009	9
Normas de interés recientemente expedidas.	10

(*) Mauricio Baquero Herrera es PhD (Londres), LLM (Londres) y Especialista en Derecho Financiero y Bursátil (UEC); Profesor de Derecho Financiero de la Universidad Externado de Colombia (UEC); Director del Observatorio de Derecho Financiero y del Mercado de Valores; Associate Executive Director SMU Law Institute of the Americas USA y Miembro Académico Asociado en el Exterior del Centro Argentino de Estudios Internacionales.

Como proveedor de infraestructura del mercado de valores, la BNA esta orientada a la constante innovación de nuevos instrumentos financieros que responden a las necesidades de los inversionistas que confluyen en los mercados que administra. Bajo está premisa, la Bolsa no sólo esta encaminada a generar seguridad en sus sistemas de negociación y registro de operaciones, sino también a seguir construyendo una relación de confianza con sus distintos Grupos de Interés y una proyección sostenible de su identidad corporativa.

El desarrollo y profundidad de cualquier mercado en el mundo, requiere de organizaciones con consistentes procesos, políticas y culturas corporativas que respondan a los retos contemporáneos que las expectativas de los inversionistas generan en los diferentes jugadores del mercado que canalizan los recursos económicos en una sociedad.

La Bolsa, a través de su Dirección de Asuntos Legales Corporativos de la Secretaría General y Jurídica, esta en el proceso de adaptación de los principios y políticas de buenas prácticas corporativas adoptadas por la Junta Directiva el pasado 14 de abril, bajo el nuevo Código de Buen Gobierno Corporativo de la sociedad.

La implementación tiene como objetivo primordial el fortalecimiento de nuestra identidad corporativa bajo un modelo de gestión, que siga generando el crecimiento sostenible del flujo de inversionistas en nuestros mercados como resultado de la confianza de nuestros Grupos de Interés.

El flujo de inversiones y relaciones empresariales, como resultado del fortalecimiento de nuestra identidad corporativa, responderá de forma más dinámica a las realidades económicas de nuestro tiempo, lo cual nos podrá en la vanguardia del mercado de valores de Colombia.

En esta nueva entrega del Boletín Jurídico, la Dirección de Asuntos Legales Corporativos, aproxima a los diferentes actores de nuestro mercado, las consideraciones teóricas que una autoridad sobre la materia expone frente al reto de implementación de las prácticas de buen gobierno adoptadas por la Bolsa, así como algunas consideraciones jurídicas sobre la protección de la identidad societaria en Colombia y, por último un reporte normativo sobre las últimas actualizaciones relevantes aplicables a nuestros mercados.

Buen Gobierno Societario en la Bolsa Nacional Agropecuaria: El Reto de Hacerlo Más que un Compromiso Formal. Por Mauricio Baquero Herrera (*)

La Junta Directiva de la Bolsa Nacional Agropecuaria ha aprobado su Código de Buen Gobierno. Esta es una decisión que recibimos con regocijo y aplaudimos en estos tiempos. Somos testigos de una impresionante turbulencia internacional sin precedentes. La misma ha vertido un enorme torrente de desconfianza en los diferentes mercados financieros, minando su estabilidad así como su adecuado desarrollo y desempeño.

En momentos de crisis, la reputación de las personas e instituciones actuando en los mercados financieros las hace prevalecer. Es un principio que ha demostrado su vigencia una vez más en los últimos meses. Pero tal reputación, basada en la transparencia, necesita ganarse, mantenerse y demostrarse más allá del cumplimiento de requisitos formales.

...Continuación Buen Gobierno Societario en la Bolsa Nacional Agropecuaria.

Los hechos, de corrupción o probidad, son los que definen si instituciones y mercados desaparecen o se fortalecen en el tiempo. Son los hechos, se reitera, consecuencia del arraigo de determinadas culturas y prácticas de transparencia en las diferentes instituciones y mercados, los que son determinantes a la hora del "*test*" en la que se forjan, definen y estallan crisis financieras.

Los Códigos de Buen Gobierno Societario están orientados, entonces, a establecer en cada sociedad e institución que los acoja, culturas y prácticas de transparencia, eficiencia y probidad que las fortalezca de adentro hacia fuera, en la vida diaria.

1. Los Códigos de Buen Gobierno Societario tienden a ser meramente formales y con visos de uniformidad

En principio, los Códigos de Buen Gobierno Societario son herramientas meramente formales. Devienen, igualmente, de órdenes –que a veces se tornan- formales impartidas por las autoridades de regulación y supervisión, públicas(1) y/o privadas (2). Se componen de una serie de principios, medidas, reglas que se consideran fundamentales por quienes participan en su elaboración. Se estructuran, así mismo, de acuerdo con determinadas temáticas. Tales principios, medidas, reglas y temáticas(3) se diseñan en concordancia con la naturaleza y características de las sociedades o instituciones para las cuales tales códigos aplican.

En tal sentido, los Códigos de Gobierno Societario no son neutros(4) ni deben ser uniformes(5).

"Los Códigos de Buen Gobierno Societario están orientados, entonces, a establecer en cada sociedad e institución que los acoja, culturas y prácticas de transparencia, eficiencia y probidad que las fortalezca de adentro hacia fuera, en la vida diaria."

No lo son, porque en su diseño hay una concepción de la sociedad mercantil, empresa o unidad económica a la que tal Código aplica. De igual manera, se fundan en la definición de cuál debe ser su función dentro del conglomerado social en donde se desarrolla su objeto social. En últimas, si se considera que su propósito debe ser fundamentalmente el de crear valor para los accionistas o aportantes de capital así como garantizar estabilidad y riqueza para sus administradores, el Código de Gobierno Societario a diseñar e implementar se enraizará en tal concepción.

Sin embargo, puede entenderse que los beneficios de la actividad económica deben extenderse a terceros –entre otros, los empleados, el Estado, los proveedores y los acreedores, el público en general-. Así mismo, que la sociedad mercantil, empresa o unidad económica es responsable frente a los mismos por las externalidades negativas causadas, como por ejemplo la polución o las crisis financieras. Entonces, el Código de Gobierno tendrá en cuenta factores adicionales en punto a las reglas de transparencia, incluirá mecanismos de protección de los intereses de los terceros, así como procurará establecer herramientas claras y diversas para la resolución de los conflictos que puedan presentarse, no sólo entre los accionistas y administradores –fruto del problema de agencia-, sino también, con terceros interesados.

1. En nuestro caso la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) profirió la Circular Externa 028 de 2007 por medio de la cual se introduce el Código País.
2. En Colombia, el Autorregulador del Mercado de Valores (AMV).
3. Usualmente, tales temáticas devienen de la estructura de cualquier sociedad anónima: 1) Reglas respecto de los derechos conferidos a los titulares de acciones; 2) Reglas relacionadas con la Asamblea General de Accionistas; 3) Reglas aplicables a los miembros de Junta Directiva; 4) Reglas a las que deben sujetarse los representantes legales y administradores; 5) Reglas del Revisor Fiscal y demás órganos de control –Auditores, Oficiales de Cumplimiento, etc-; 6) Reglas de transparencia de la información; 7) Protección de terceros interesados; y 8) Mecanismos de resolución de conflictos.
4. Un mayor desarrollo se este concepto se encuentra en Mauricio Baquero Herrera, *El Gobierno Societario y de la Empresa en Colombia: Una Herramienta (contractual) o un Requisito (normativo)*, Editorial Dike, 2008, Memorias del XXIII Congreso de Derecho Comercial, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Colegio de Abogados de Medellín y Universidad Externado de Colombia, Sección 1.1.
5. Ibid, Sección 1.2.

…Continuación Buen Gobierno Societario en la Bolsa Nacional Agropecuaria.

Por lo mismo, los Códigos de Buen Gobierno Societario no deben ser uniformes. Existen estándares internacionales y domésticos que buscan homogeneidad y armonización(6) en su estructuración e implementación. No obstante, los mismos, además de ser amplios y generales, conceden total libertad y flexibilidad a las sociedades mercantiles, empresas o unidades económicas a las que se dirigen para su adopción e implementación.

2. De la formalidad a los hechos: el contenido de los códigos de buen gobierno societario debe reflejarse en los estatutos sociales

Como se ha podido evidenciar desde la vigencia de la a Circular Externa 028 de 2007 de la Superintendencia Financiera de Colombia por medio de la cual se introduce el Código País, el proceso de interiorización de las medidas voluntariamente adoptadas por los gremios que participaron en su elaboración ha sido lento, tanto en el sector financiero como en el sector real de la economía(7).

Las medidas establecidas en cualquier Código de Gobierno societario como por ejemplo, el Código País, comenzarán a implementarse debidamente, tanto en cuanto, en primer lugar, sean introducidas, en lo pertinente, en los estatutos sociales de las entidades que los acojan.

Este paso, aunque también formal, se considera fundamental. Al convertirse tales medidas, principios y reglas parte del contrato social, obligan en el ámbito privado tanto a los asociados como a todos aquellos vinculados y relacionados con la empresa. Entonces, podrán hacerse exigibles respecto de quienes tienen el deber de acogerlos e implementarlos, como por aquellos a favor de los cuales se han establecido.

Usualmente los códigos de gobierno societario son aprobados por las Juntas Directivas de las empresas y, por lo mismo, se convierten en un documento con carácter obligatorio al interior de la sociedad. Sin embargo, nótese, que aspectos fundamentales, entre otros, como los de los derechos y deberes de los accionistas, a nuestro modo de ver, deben consagrarse en los Estatutos Sociales. En efecto, hay decisiones que deben corresponder a la voluntad de los contratantes y no a la de sus representantes presentes en las Juntas Directivas. De igual manera, deben estar contenidas en los Estatutos y ha de realizarse el correspondiente registro de las reformas para que las mismas sean oponibles a terceros. Esta consideración es de vital importancia, además, en relación con la protección efectiva de intereses de terceros, en particular, de aquellos no vinculados a la sociedad.

"Usualmente los códigos de gobierno societario son aprobados por las Juntas Directivas de las empresas y, por lo mismo, se convierten en un documento con carácter obligatorio al interior de la sociedad."

---

6. Entre otros, los principios de *Corporate Governance* proferidos por la OECD (2004), el WHITE PAPER SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO EN AMERICA LATINA de la OECD (2004), Disponible en http://www.oecd.org/dataoecd/47/25/37191543.pdf ; los Lineamientos para un Código de Gobierno Corporativo en la Región Andina (CAF, 2005), disponible en http://www.caf.com/attach/17/default/linea6abril100dpi.pdf; el Código País de Gobierno Corporativo proferido por la Superintendencia Financiera de Colombia, en conjunto con la Asobancaria, Asofondos, Asofiduciarias, ANDI, BVC, Confecamaras y Fasecolda (2007), disponible en http://gobiernocorporativo.com.co/documentos/códigopaís.pdf, los cuales tienen de una u otra forma alguna ingerencia en Colombia. OECD, principios de *Corporate Governance,* 2004. Así mismo, puede consultarse FELABAN, rácticas de Buen Gobierno Corporativo en el Sector Financiero Latinoamericano 2007, disponible en http://www.felaban.com/pdf/buengobierno.pdf.

7. Superintendencia Financiera de Colombia, Resultados de la Encuesta de Código País 2007, disponible en http://www.superfinanciera.gov.co/Codigopais/informe2007.pdf, última visita 31 de Mayo, 2009."En las conclusiones generales del documento se destaca que (…) Solo seis emisores del sector financiero presentan un porcentaje de cumplimiento de las medidas del Código País superior al 80% (…). En punto a los emisores del sector real, se concluye para ese año que "En general las entidades con alta bursatilidad accionaria son las que mayor número de recomendaciones de mejores prácticas corporativas han adoptado, contrario a aquellas cuya bursatilidad es baja, mínima o no presentan bursatilidad, las cuales registran los menores porcentajes de adopción de prácticas."

...Continuación Buen Gobierno Societario en la Bolsa Nacional

3. El reto de su implementación: demostrar que prevalece una cultura de transparencia, eficiencia y probidad que se evidencie con hechos

En una cultura como la nuestra en donde las formalidades a veces parecen prevalecer sobre las realidades, es importante insistir en una adecuada implementación.

Acoger los códigos de gobierno societario sin un verdadero compromiso de interiorización de sus principios, medidas y reglas en las culturas empresariales, convierte este ejercicio en algo costoso e ineficiente. Por ello, más que un compromiso formal, la adopción del Código que nos ocupa debe reflejarse en hechos de transparencia, eficiencia y probidad que transmitan confianza tanto en la Bolsa Nacional Agropecuaria como en las actividades desplegadas por sus miembros.

Para que esto suceda, han de tenerse claras las bondades de introducir los principios, medidas y reglas propuestos por el Código de Buen Gobierno de la Bolsa Nacional Agropecuaria.

4. Algunos modestos y puntuales comentarios respecto del Código de Buen Gobierno de la Bolsa Nacional Agropecuaria

Cuando se revisa el Código de Gobierno Societario de la Bolsa Nacional Agropecuaria, se evidencian, de entrada, tres características presentes en su contenido, que fácilmente lo diferencian de cualquier otro vigente, a saber:

"Acoger los códigos de gobierno societario sin un verdadero compromiso de interiorización de sus principios, medidas y reglas en las culturas empresariales, convierte este ejercicio en algo costoso e ineficiente."

4.1 Tendencia "omnicomprensiva"

Tal como se señala en su presentación, el Código se propone como respuesta a las necesidades del mercado de bienes y productos agropecuarios, agroindustriales o de otros *commodities.* Con tal objeto, se orienta a lograr la convergencia de las prácticas corporativas de la BNA con los estándares internacionales que se han proferido sobre la materia. Para el efecto, el Código propuesto fortalece los principios, políticas y reglas de conducta en todas las instancias institucionales posibles.

Esta tendencia que podríamos llamar "omnicomprensiva" se considera una gran virtud del documento, que se evidencia a lo largo de cada una de sus secciones. En efecto, no sólo tiene en cuenta los ocho aspectos que de ordinario hacen parte de los diferentes estándares internacionales relacionados con el *Corporate Governance*(8) sino que se incluyen otros que son propios de la actividad. Así, por ejemplo, encontramos regulados dentro del Código, temas adicionales como los de riesgos, conflictos de interés e información privilegiada, autorregulación y la medición de su gestión, que no son tratados o considerados en profundidad por los referidos estándares.

4.2 Importante nivel de detalle

En cada uno de los trece componentes del Código, se evidencia un importante y nivel de detalle, especialmente en los temas fundamentales relacionados con instituciones propias de la Bolsa, como sociedad mercantil. Al respecto, basta observar las reglas diseñadas para la Asamblea General de Accionistas y Derechos de los Accionistas(9).

8. Ver *Supra* nota 3.
9. En donde se incluye un importante acápite que determina los deberes de los mismos.

...Continuación Buen Gobierno Societario en la Bolsa Nacional Agropecuaria.

De igual manera, el Código regula con rigor y un nivel profundidad que de ordinario no se encuentra, los asuntos relacionados con los Directores y Administradores de la Bolsa(10)

4.3 Inclusión de los grupos de interés

El Código establecido se ocupa de regular el tema concerniente con los grupos de interés. No solamente tiene en cuenta a sus empleados, sino las relaciones con los proveedores y contratistas, la comunidad, así como determina directrices claras de responsabilidad social empresarial enmarcadas dentro de precisas políticas en lo ambiental, anticorrupción, inversión social, antipiratería y balance social. Temas todos, no de poca monta.

Estos tópicos constituyen un elemento diferenciador respecto del Código País auspiciado por al Superintendencia Financiera de Colombia que, sorprendentemente, no tiene en cuenta a los grupos de interés. Así mismo, avanza respecto del Código de Gobierno de la Bolsa de Valores Colombia(11) que, si bien, se ocupa del tema con decisión, no alcanza el nivel de detalle con el que la Bolsa Nacional Agropecuaria lo hace.

Este avance de la BNA ciertamente nos parece muy positivo y lo aplaudimos vigorosamente.

"La Bolsa Nacional Agropecuaria ha dado un salto decisivo hacia el establecimiento de una cultura de transparencia, eficiencia y probidad no sólo al interior de la misma sino en lo que tiene que ver con su relación con terceros interesados, consecuencia de su actividad."

A modo de conclusión

Tenemos hoy en Colombia un Código de Gobierno Societario que bien merece la pena estudiar y monitorear en su implementación. La Bolsa Nacional Agropecuaria ha dado un salto decisivo hacia el establecimiento de una cultura de transparencia, eficiencia y probidad no sólo al interior de la misma sino en lo que tiene que ver con su relación con terceros interesados, consecuencia de su actividad. Como se ha sostenido en la parte primera de este escrito, esperamos que con hechos, necesaria consecuencia de su efectiva implementación, este esfuerzo riguroso de estructuración de unas reglas orientadas a trasmitir y alcanzar confianza en tal institución, se demuestre en la vida cotidiana, que valió la pena.

10. Se diseña un interesante grupo de comités de apoyo de la actividad de los miembros de la Junta Directiva que guarda relación con las actividades propias de la Bolsa. Entre éstos, el de Auditoría, de Investigación y Desarrollo, de Riesgos, de Estándares. Así mismo se establecen Comités del Presidente y la Alta Gerencia y Comités de Nombramientos y Retribuciones y de Inversiones.

11. Los grupos de interés de la BVC son los siguientes: 1. Accionistas de la Bolsa; 2. Sociedades Comisionistas miembros de la Bolsa; 3. Empleados de la Bolsa; 4. Usuarios de los sistemas administrados por la Bolsa; 5. Emisores de valores inscritos en la Bolsa; 6. Aliados Estratégicos de la Bolsa; 7. Proveedores y acreedores de la Bolsa; 8. Estado y, 9. Público en general. Sus relacionas con la BVC son regidos por tres sencillos principios contenidos en el ARTÍCULO 5.1.2.1 del Código de Gobierno de esa institución.

Introducción a los Signos Distintivos

Los signos distintivos hacen parte de una de las dos ramas en las cuales se divide la propiedad industrial, la cual a su vez es una de las dos ramas en las cuales se divide la propiedad intelectual. Así, tenemos que la propiedad intelectual se divide en los derechos de autor y en la propiedad industrial. En este orden de ideas, la propiedad intelectual se ha dividido en dos grandes ramas, las nuevas creaciones y los signos distintivos. Las nuevas creaciones están comprendidas por las patentes de invención, los modelos de utilidad, los

… Continuación Introducción a los Signos Distintivos

"…(…)por marca se entiende cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado…(…)"

esquemas de trazados de circuitos integrados y los diseños industriales. Por su lado, hacen parte de los signos distintivos las marcas, los lemas comerciales, los nombres comerciales y las indicaciones geográficas.

Así mismo, es importante aclarar que en Colombia el régimen de propiedad industrial está comprendido en la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina (de la cual también hacen parte Bolivia, Ecuador y Perú).

En vista de lo anterior, a continuación se hará una breve introducción al concepto de marca y de nombre comercial, explicando qué se debe entender por cada uno, cuáles son los derechos que otorga cada uno y la forma de adquirirlos.

1.1 Marcas:

1.1.1. Concepto y función:

De acuerdo con el artículo 134 de la Decisión 486 de 2000, por marca se entiende **cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado**, pudiendo registrarse como tales, las palabras o combinación de palabras, las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos, los sonidos y los olores, las letras y los números, un color delimitado por una forma, o una combinación de colores, la forma de los productos, sus envases o envolturas, y cualquier combinación de los signos o medios arriba mencionados.

En vista de lo anterior, y para los efectos de este escrito, existen tres (3) tipos principales de marcas las cuales son:

a. **Marca Nominativa:** Son aquellas marcas que se encuentran integradas por una o más letras, números, palabras, frases o combinaciones de ellos, que constituyen un conjunto legible y pronunciable. Por ejemplo, Bolsa Nacional Agropecuaria o BNA.

b. **Marca Figurativa:** "*Es aquella que está integrada únicamente por una figura o un signo visual, ya sea que la figura evoque algún concepto o que evoque tan solo la imagen que sirve de marca por no representar ningún concepto conocido*". Por ejemplo, el logo de la BNA.

c. **Marca Mixta:** La marca mixta es una combinación de la marca nominativa y de la marca mixta, es decir, es aquella marca integrada por un elemento nominativo y uno figurativo. Por ejemplo la mezcla entre las palabras Bolsa Nacional Agropecuaria, la sigla BNA y el logo de la BNA.

Otro fin de las marcas es darle claridad al consumidor sobre la procedencia empresarial de los productos o servicios que está consumiendo o contratando. Según se verá más adelante, el titular de una marca tiene el derecho de impedir que terceros, sin su consentimiento, puedan usar o registrar una marca igual o similarmente confundible, con el fin de evitar confusión entre los consumidores.

1.1.2. Forma de adquirir el derecho:

En cuanto a la forma de adquirir el derecho al uso exclusivo de una marca, el Artículo 154 de la Decisión 486 señala que éste "*se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente*", oficina que en Colombia es la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). A partir de lo anterior, se puede concluir que el uso de un signo no da el derecho exclusivo al mismo, es necesario su registro el cual es constitutivo del derecho.

1.1.3. Derechos que otorga el registro de una marca:

El registro de una marca ante la SIC le otorga a su titular el derecho al uso **exclusivo** sobre la misma3, sino a

1. Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto 00085931 del 27 de Noviembre de 2000.
2. Ibid.
3. Artículo 154 de la Decisión 486 de 2000.

… Continuación Introducción a los Signos Distintivos

prevenir que terceros la usen. En otras palabras, una persona puede usar un signo sin necesidad de obtener su registro como marca ante la SIC, sin embargo, si dicho signo no se encuentra registrado como marca no le da el derecho a quien lo esté usando de prevenir que terceros lo usen en el mercado.

A su vez, el registro de una marca le confiere a su titular el derecho de **impedir a terceros**, sin su consentimiento, los siguientes actos:

"a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
b) suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
c) fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;
d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;
e) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;
f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio."

Ahora bien, es necesario resaltar que el derecho al uso exclusivo de la marca sólo se otorga en el país en el que se otorgó el registro de la marca, las marcas no son universales. Si el titular de una marca en Colombia quiere proteger su marca en otros países debe registrar la marca en esos países.

Así mismo, al ser una marca cualquier signo apto para distinguir productos o servicios en el mercado, es necesario determinar cuáles son los productos o servicios que va a distinguir dicha marca. En este orden de ideas, existe la Clasificación Internacional Niza la cual está compuesta por clases y cada clase contiene una serie de productos o de servicios dentro de los cuales se puede clasificar el servicio o producto que va a distinguir la marca. Así, en el mercado pueden existir varias marcas iguales, pero que distinguen productos o servicios diferentes. Es el caso de la marca Corona de la cual son titulares varias empresas, pero en diferentes clases, por ejemplo chocolate Corona, cerveza Corona, zapatos Corona, etc. Asimismo, un producto o servicio puede estar registrado en varias clases de la Clasificación Niza, entre más clases comprenda una marca mayor es su nivel de protección.

1.1.4. Duración del registro:

Por su parte, en relación con la duración del registro de una marca, el Artículo 152 de Decisión 486 de 2000, señala que "[e]*l registro de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años*."

"…(…) el derecho al uso exclusivo de la marca sólo se otorga en el país en el que se otorgó el registro de la marca, las marcas no son universales."

...Continuación Introducción a los Signos Distintivos

"…(…) el derecho sobre un nombre comercial se adquiere con su primer uso y su depósito ante la SIC constituye entre otros, prueba de ese primer uso."

En este orden de ideas, el Artículo 154 de la mencionada Decisión señala que "e*l titular del registro, o quien tuviere legítimo interés, deberá solicitar la renovación del registro ante la oficina nacional competente, **dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro**. No obstante, tanto el titular del registro como quien tuviere legítimo interés gozarán de un **plazo de gracia de seis meses**, contados a partir de la fecha de vencimiento del registro, para solicitar su renovación*" (negrillas y subrayado fuera de texto). En Colombia la fecha de concesión se tiene como la fecha en la que queda ejecutoriada la Resolución que concede la marca.

Por último, la marca debe ser usada en el mercado so pena de ser cancelada por la SIC, así lo dispone el Artículo 165 de la Decisión 486 de 2000, al señalar que, "l*a oficina nacional competente cancelará el registro de una marca a solicitud de persona interesada, cuando sin motivo justificado la marca **no se hubiese utilizado** en al menos uno de los Países Miembros, por su titular, por un licenciatario o por otra persona autorizada para ello **durante los tres años consecutivos precedentes a la fecha en que se inicie la acción de cancelación**. La cancelación de un registro por falta de uso de la marca también podrá solicitarse como defensa en un procedimiento de oposición interpuesto con base en la marca no usada*" (negrillas y subrayado fuera de texto).

1.2. Nombres Comerciales:

1.2.1. Concepto y función:
El Artículo 190 de la Decisión 486 de 2000 señala que "*se entenderá por nombre comercial cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento mercantil*." Por lo tanto, a diferencia de las marcas que distinguen productos o servicios, los nombres comerciales tienen como función **identificar a un comerciante**. Así también lo dispone el numeral 4 del Artículo 83 del Código de Comercio cuando establece que el nombre comercial es "*aquel que designa al empresario como tal*".
Por otro lado, de acuerdo con el mismo Artículo 190 una empresa o establecimiento podrá tener más de un nombre comercial, por cuanto el nombre comercial es independiente de la razón social de la persona jurídica (la cual es inherente), y que se encuentra registrada en la Cámara de Comercio, pudiendo coexistir los dos al mismo tiempo.

1.2.2. Forma de adquirir el derecho:

A diferencia de las marcas, el derecho sobre un nombre comercial se obtiene con su primer uso en el comercio, según lo dispone el Artículo 191 de la Decisión 486 de 2000. Así también lo dispone el Artículo 603 del Código de Comercio al señalar que "l*os derechos sobre el nombre comercial se adquieren por el primer uso sin necesidad de registro. No obstante, puede solicitarse su depósito*". Así pues, de acuerdo con el Artículo 605 del mismo Código, el depósito no constituye derecho sobre el nombre comercial, sino una prueba sobre su primer uso en el mercado. En pocas palabras, el depósito de un nombre comercial tiene carácter declarativo y no constitutivo.

1.2.3. Derechos sobre el nombre comercial:

Según se explicó, el derecho sobre un nombre comercial se adquiere con su primer uso y su depósito ante la SIC constituye, entre otros, prueba de ese primer uso. Así, de acuerdo con el Artículo 192 de la Decisión 486 de 2000,

"[e]*l titular de un nombre comercial podrá impedir a cualquier tercero usar en el comercio un signo distintivo idéntico o similar, cuando ello pudiere causar confusión o un riesgo de asociación con la empresa del titular o con sus productos o servicios.*" Asimismo, de acuerdo con el mismo Artículo, el titular de un nombre comercial también tiene el derecho de **impedir a terceros**, realizar los actos mencionados en el numeral 1.1.3 de este escrito.

4. Art. 154 de la Decisión 486.
5. Art. 191. El derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre.

...Continuación Introducción a los Signos Distintivos

Por último, es importante resaltar que la Dirección de Asuntos Legales Corporativos adelantó un proceso de registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC- de 21 signos distintivos de la BNA (incluyendo lemas comerciales), con el fin de proteger de manera adecuada el portafolio de signos distintivos.

Conflicto de Interés y competencia con la sociedad por parte de los administradores de la Sociedad. Decreto 1925 de 2009

La Presidencia de la República en uso de sus facultades legales y constitucionales recientemente expidió el Decreto 1925 de 2009 por el cual se reglamenta parcialmente el artículo 23 de la Ley 222 de 1995.

En este Decreto se determina que "el administrador que incurra por sí o por interpuesta persona, en interés personal o de terceros, en conductas que impliquen conflicto de interés o competencia con la sociedad en violación de la Ley y sin la debida autorización de la Asamblea General de Accionistas o Junta de Socios, responderá solidaria e ilimitadamente de los perjuicios que por dolo o culpa ocasione a los asociados, a la sociedad o a terceros perjudicados", de esta manera el administrador logrará reparar integralmente a quienes se haya perjudicado con esta conducta.

No obstante lo anterior, el administrador, en caso de conflicto de interés o competencia con la sociedad podrá convocar a la Asamblea General de Accionistas identificando expresamente en el orden del día la solicitud de autorización para la actividad que representa el conflicto de interés o competencia con la sociedad, de la determinación que el respecto tome la Asamblea, se excluirá el voto del Administrador.

No sobra advertir, que la autorización de la Asamblea no podrá otorgarse cuando el acto perjudique los intereses de la sociedad.

Así mismo, el Decreto incluye que los accionistas que hayan autorizado expresamente la realización del acto respecto del cual existe conflicto de interés o competencia con la sociedad, que perjudique los intereses de la sociedad, serán responsables solidaria e ilimitadamente por los perjuicios que se ocasionen, salvo que esta autorización se haya obtenido de manera engañosa. Esto sin perjuicio de la declaratoria de nulidad de los actos ejecutados obtenido mediante Proceso Verbal Sumario, sin perjuicio de los mecanismos de solución de conflictos establecidos en los estatutos.

Por último, "el administrador que obre contrariando lo dispuesto en el artículo 23, será condenado a indemnizar a quien hubiese causado perjuicios. El juez competente, según lo establecido en la ley, podrá sancionar a los administradores con multas y/o con inhabilidad para ejercer el comercio, sin perjuicio de la responsabilidad penal que dicha conducta pudiese generar", a menos que la sociedad, como es el caso de la BNA, hubiese pactado en sus estatutos cláusula compromisoria o compromiso quien deberá atenerse a las normas respectivas de este mecanismo de solución de controversias.

"la autorización de la Asamblea no podrá otorgarse cuando el acto perjudique los intereses de la sociedad."

Normas de interés recientemente expedidas.

Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

..(…)los organismos autorreguladores podrán adelantar las funciones normativa, de supervisión, disciplinaria y de certificación con relación a cualquier actividad, operación, servicio, producto o participación en mercados que realicen las entidades sujetas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia Financiera de Colombia…(…)

1. Disposiciones generales del hábeas data, regulación de la información en bases de datos. Ley 1266 de 2008. Desarrolla, entre otros, el derecho de las personas a conocer, actualizar y rectificar la información recogida sobre ellas en bancos de datos, estableciendo los derechos de los titulares de la información así como los deberes de los operadores, las fuentes y los usuarios de información. Para el ejercicio de las funciones de vigilancia de los destinatarios de la ley, señala en adición a las propias, las facultades de las Superintendencias Financiera y de Industria y Comercio y los procedimientos aplicables cuando deban imponerse sanciones a los operadores, fuentes o usuarios de la información.

2. Protección de la información y los datos, accesos abusivo a sistemas informáticos. Ley 1273 de 2009. Adiciona el Código Penal con un Título VII BIS denominado 'De la Protección de la información y de los datos'. Establece las penas para los casos de acceso abusivo a un sistema informático, violación de datos personales, suplantación de sitios web para capturar datos personales, hurto por medios informáticos y semejantes, así como para la transferencia no consentida de activos.

3. Acciones, capital social, sistema negociación de valores, sistema de registro de operaciones sobre valores. Decreto 450 de 2009. Modifica el parágrafo del artículo 4.1.2.2 de la Resolución 400 de 1995 de la Sala General de la Superintendencia de Valores, modificado por el artículo 1° del Decreto 1120 de 2008. Dispone que nadie podrá ser beneficiario real de un número de acciones que represente más del treinta por ciento (30%) del capital social de las sociedades cuyo objeto social exclusivo es la administración de sistemas de negociación de valores o de sistemas de registro de operaciones sobre valores. No obstante lo anterior, señala que, entre otros, las bolsas de valores, las bolsas de futuros y opciones, los depósitos centralizados de valores, los organismos de autorregulación y las sociedades extranjeras cuyo objeto sea desarrollar la administración de bolsas de valores, podrán tener la calidad de beneficiario real de un número de acciones equivalente al cien por ciento (100%) del capital social del administrador de los sistemas de negociación de valores o de los sistemas de registro de operaciones sobre valores.

4. Acciones, negociación de acciones, Boceas inscritos en bolsa de valores, instrumentos financieros derivados, subyacente acciones inscritas en misma bolsa Decreto 4808 de 2008. Introduce modificaciones a la Resolución 400 de 1995 de la Sala General de la Superintendencia de Valores, hoy Superintendencia Financiera de Colombia, en el sentido de adicionar el Título Quinto a la Parte Cuarta de la citada resolución y relacionado con disposiciones mediante las cuales se reglamenta la negociación de acciones, bonos obligatoriamente convertibles en acciones inscritos en bolsas de valores, así como los instrumentos financieros derivados cuyo activo subyacente sean acciones inscritas en dichas bolsas.

5. Autorreguladores, funciones sobre los intermediarios de valores. **Decreto 39 de 2009.** Modifica el Decreto 1565 de 2006 disponiendo, entre otros, que los organismos autorreguladores podrán adelantar las funciones normativa, de supervisión, disciplinaria y de certificación con relación a cualquier actividad, operación, servicio, producto o participación en mercados que realicen las entidades sujetas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia Financiera de Colombia o entidades que desarrollen actividades afines al mercado financiero, asegurador y de valores, cuando estas lo soliciten voluntariamente, de manera individual o colectiva, o cuando la normatividad vigente así lo exija.

También podrán expedir cartas circulares mediante las cuales se instruya a las personas y entidades sujetas a su competencia, sobre la forma como se deban aplicar los reglamentos de autorregulación y la actividad de consolidación de la informa-

...Normas de interés recientemente expedidas.

ción del mercado de valores obtenida de los sistemas de negociación de valores, de los sistemas de registro de operaciones sobre valores y de los intermediarios de valores de conformidad con las instrucciones que para el efecto establezca la Superintendencia Financiera de Colombia.

6. Corresponsales, establecimientos de crédito. Decreto 1121 de 2009. Modifica el Decreto 2233 de 2006. El artículo 2º del decreto citado se modifica en relación con las modalidades de servicios que los establecimientos de crédito podrán prestar por medio de corresponsales, conforme a su régimen legal.

5.Captación o recaudo sin la debida autorización legal Decreto 44 de 2008. Modifica parcialmente el Decreto 4334 de 2008, modificado por el Decreto 4705 del mismo año. Dispone, entre otros, que la Superintendencia Financiera de Colombia sufragará los gastos propios del ejercicio de sus funciones asignadas respecto de las presuntas operaciones de captación o recaudo sin la debida autorización estatal con sus recursos propios y los recursos que le asigne el Ministerio de Hacienda para tal fin.

6. Regulaciones sobre las cámaras de riesgo central de contraparte, sus operadores y se autorizan operaciones sobre divisas. Resolución Externa No. 6. Se autorizan a las Cámaras de Riesgo Central de Contraparte efectuar la compensación y liquidación como contraparte de futuros sobre tasa de cambio celebrados o registrados en sistemas de negociación y/o registro administrados por las bolsas de valores y contratos forward sobre tasas de cambio.

7. Normas sobre Posición propia de contado y posición bruta de apalancamiento de los intermediarios del mercado cambiario. Resolución Externa No. 7. Las operaciones de derivados de que trata el artículo 1 de la Resolución No. 12 de 2008 cuya compensación y liquidación se efectúe por una Cámara de Riesgo Central de Contraparte se incluirán dentro del cálculo de la posición bruta de apalancamiento de acuerdo con las reglas establecidas en la Resolución No. 7.

8. Circular Externa 014 de 2008. Las entidades supervisadas debe propender por el fortalecimiento de los sistemas de control interno y a la evaluación continua de su eficiencia, para lo cual deberán estructurar, implementar y mantener un Sistema de Control Interno o lo adecuen de acuerdo a los lineamientos establecidos en la circular

Esta circular establece un marco conceptual y normativo para el SCI como elemento fundamental del gobierno corporativo de las entidades supervisadas basado en modelos ampliamente aceptados a nivel internacional que contemplan en detalle la noción, contenido y alcance del sistema de control interno, con los siguientes objetivos:

- Mejorar la eficiencia y eficacia en las operaciones de las entidades supervisadas.
- Prevenir y mitigar la ocurrencia de fraudes, originados tanto al interior como al exterior de las organizaciones.
- Orientar a los administradores de las entidades supervisadas en el cumplimiento de los deberes que les corresponde según la normatividad vigente, precisando el alcance de la responsabilidad en materia de control interno de los distintos órganos sociales.
- Fomentar tanto la autorregulación como el autocontrol, dado que sin perjuicio de la responsabilidad que corresponde a los administradores, todos los integrantes de la organización deben evaluar y controlar su propio trabajo.

Cronograma para implementar o adecuar el Sistema de control interno:

1. Implementación o ajuste de los elementos mínimos para crear un adecuado ambiente de control de conformidad con los requisitos establecidos en el numeral 7.5.1 del anexo a la presente circular y sus subdivisiones, a más tardar el 30 de septiembre de 2009.

2.Implementación o ajuste de los sistemas de información y comunicación en for-

respecto a la exactitud, validez y oportunidad de la información generada por la entidad, de conformidad con los requisitos establecidos en el numeral 7.5.4 del anexo a la presente circular y sus subdivisiones, a más tardar el 31 de diciembre de 2009.

3. Implementación o ajuste del sistema de gestión de riesgos de conformidad con los requisitos establecidos en el numeral 7.5.2 del anexo a la presente circular, a más tardar el 31 de marzo de 2010.

4. Adecuación de la composición y funcionamiento de los órganos de administración y control a que se refiere la presente circular, a más tardar el 30 de abril de 2010.

5. Implementación o ajuste de las actividades de control de conformidad con los requisitos establecidos en el numeral 7.5.3 del anexo a la presente circular, a más tardar el 31 de mayo de 2010.

6. Implementación o ajuste de los controles que permitan a la alta dirección y a los responsables de cada área monitorear de manera permanente el desempeño del SCI y realizar las acciones de mejoramiento necesarias, de conformidad con los requisitos establecidos en el nume-

ral 7.5.5 del anexo a la presente circular, a más tardar el 30 de junio de 2010.

7. Evaluación independiente respecto de la efectividad del SCI de conformidad con lo señalado en el numeral 7.5.6 del anexo de la presente circular, a más tardar el 31 de agosto de 2010.

La culminación de la implementación del SCI, dentro de los plazos antes mencionados, deberá abarcar todas las áreas de la organización, incluyendo entre otras las mencionadas en el numeral 7.6 del anexo a la presente circular.

La responsabilidad de los administradores sociales y demás órganos señalados en el numeral 7.7 del mencionado Anexo es permanente, de acuerdo con los deberes y responsabilidades que les asigna la normatividad vigente.

Para efectos de hacer seguimiento al cumplimiento del cronograma antes mencionado, el presidente de la junta directiva u órgano equivalente y el representante legal de cada entidad supervisada deberán enviar a esta Superintendencia, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes al vencimiento de cada uno de los siete plazos antes señalados, una certificación acerca del cumplimiento de la meta respectiva, previa verificación de los documentos y demás elementos que soporten dicha afirmación.

Secretaría General y Jurídica BNA
Secretaria General
Carmen Nohelia Campo Lamilla
Director Asuntos Legales Corporativos
Jairo Ernesto Arias Orjuela
Compilación y Edición
Tatiana Hoyos Juliao
Redactores
Gloria Lucía Cabieles Caro
Tatiana Hoyos Juliao
Camilo Andrés Rodriguez Duque
Juan David Velasco Kerguelén
Invitado Especial
Mauricio Baquero Herrera

Para mayor información, observaciones y sugerencias contactar a
jairo.arias@bna.com.co ó tatiana.hoyos@bna.com.co