

Para: Olive Diaz Granados.

## ECONOMÍA

## PROPIEDAD INDUSTRIAL

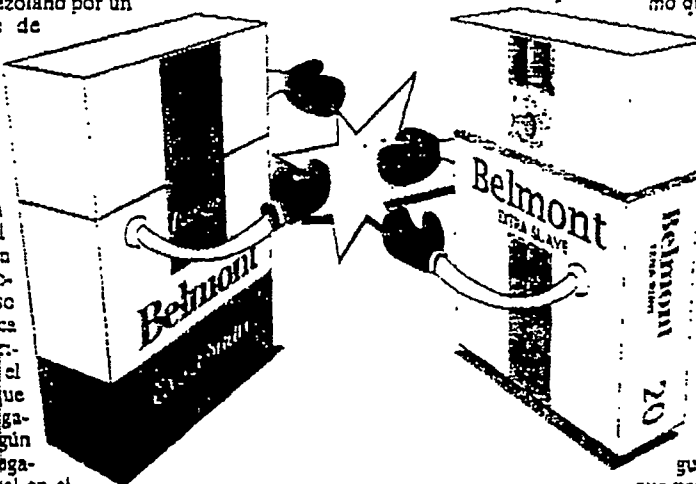
# Un lío de marca mayor

Philip Morris y British American Tobacco, productoras de cigarrillos Belmont, se disputan el uso de esa marca en el país.

**E**N UN MERCADO TAN CERRADO como el de los cigarrillos es apenas normal que las peleas se presenten entre los grandes productores. En este caso el enfrentamiento ocurre entre la multinacional estadounidense Philip Morris Products Inc. y C.A. Cigarrera Bigott Sucs., filial de otra multinacional—la British American Tobacco—, ambas productoras de cigarrillos marca Belmont. El florero de Llorente se presentó en marzo pasado cuando Bigott importó 1.000 cajas de Belmont venezolano por un valor aproximado de 200.000 dólares. A los pocos días, en Semana Santa, comenzó una guerra de avisos en prestigiosos periódicos capitalinos.

La iniciativa la tomó Philip Morris al publicar el primero, en el que informaba sobre su derecho al uso exclusivo de la marca Belmont para cigarrillos en Colombia y el uso no autorizado que estaba haciendo la Cigarrera Bigott Sucs. Según los representantes legales de la multinacional en el país, el bufete de abogados Brigard & Castro, el uso exclusivo de esa marca en todo el territorio nacional está amparado por un registro vigente desde 1963. Y el propósito de los registros marcarios no es otro que garantizarle al titular la posibilidad de impedir el uso de marcas iguales por parte de terceros y evitarle confusiones al consumidor.

La respuesta de Bigott no se hizo esperar. Sus apoderados, del bufete Raisbeck, Lara, Rodríguez, Rueda & González, consideran que su cliente "posee un derecho moral" sobre la marca, pues la registró en Venezuela en 1963 con varios meses de anterioridad al registro que hizo su competidora en Colombia. Además, amparados en el régimen de propiedad industrial vigente (Decisión 344 del Acuerdo de Cartagena) afirman que Philip Morris no ha hecho un uso legítimo de ella y



que han solicitado su cancelación ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Básicamente sobre ese punto descansa la discusión jurídica, el uso notorio de la marca. Ese criterio, al parecer sutil, podría ser la clave en el momento en que las autoridades competentes decidan la situación. Para Philip

Morris es claro que aunque las importaciones de sus Belmont—desde Virginia (Estados Unidos) y de su filial ecuatoriana (Itabsa)—no han sido de la magnitud de las de Marlboro, sí se han realizado. Bigott, por su parte, opina lo contrario. Y si bien ambas partes estiman bastante sólidos sus argumentos, el fallo finalmente le compete a la justicia. Por ahora lo que no parece muy probable es que ambos contendores lleguen a un acuerdo de coexistencia. La política de estas multinacionales, por regla general, es no ceder terreno ante sus competidores aun cuando la batalla resulte costosa.

Pero tan interesante como la pelea es la inquietud de por qué dos de las más grandes tabacaleras del mundo se disputan una marca en un mercado intermedio como el colombiano de unos 28 billones de unidades al año. Y si la respuesta es compleja, quizá en eso tengan mucho que ver las restricciones legales al consumo de cigarrillo en Estados Unidos y el aumento de los impuestos para ese producto como mecanismo de financiación del sistema de salud estadounidense. Esa plaza ocupa el primer lugar a nivel mundial con un consumo

que supera los 500 billones. Sin embargo, las cosas allá han cambiado: de un hábito per cápita de 4.354 cigarrillos/año en 1963, se pasó a uno de 2.340 el año anterior. Para compensar esta caída, las grandes tabacaleras han realizado inversiones cuantiosas para expandir sus operaciones en los países en desarrollo, en las naciones de Europa del Este y en la antigua Unión Soviética,

que tienen un mercado que supera los 500 billones. Y en ese plan de expansión, tanto Philip Morris como B.A.T.—madre de Bigott—tienen mucho que ganar. Por lo pronto, esta batalla que en el escenario colombiano es un ejemplo claro de los nuevos roles jurídicos que la apertura económica les plantea a los empresarios en materia de propiedad industrial. ■