

Edición Especial



2015

Boletín Informativo

# NotiFondo



## Contenido

	Pág.
50° Aniversario .....	01
Actividades de Bienestar .....	02
Auxilios de Educación, Capacitación y Deportes .....	04
Nuestra Marca .....	05
¿Por qué nos cobran intereses si usamos nuestro propio dinero? .....	15
Solidaridad y beneficios para el asociado: una gestión de medio y no de resultado .....	19





# 50° Aniversario

Avanza, cumple 50 años con la satisfacción de haberse posicionado como referente entre sus asociados, por su profunda vocación de servicio, de grandes convicciones de responsabilidad, honestidad y manejo adecuado de los recursos y un genuino interés en la búsqueda de una mejor calidad de vida para todos.

Precisamente, llegamos a nuestro medio siglo de vida, gracias nuestros fundadores, esos visionarios que con audacia, decisión y esfuerzo iniciaron en 1965, la quimera de convertir sus sueños de ayuda mutua en una realidad.

Hoy después de 50 años de intensa labor, el sueño se transformó en la con

creción de una empresa exitosa, que sirva de construcción y herencia de los siguientes cincuenta años para las generaciones venideras.

En su 50 aniversario Avanza tiene un obsequio para ti, por hacer parte de esta gran familia. ¡No olvides reclamarlo!

¡Feliz aniversario!







## Encabezado

### Actividades de Bienestar

Como es ya tradicional en Avanza en el segundo semestre del año, inician nuestras actividades de Bienestar, las cuales están a cargo principalmente por los Delegados bajo las directrices del Comité de Bienestar. Las actividades las definen los Delegados en cada región, buscando siempre que sean del interés para la gran mayoría de los asociados. Generalmente en estas actividades se generan lazos de compañerismo entre asociados y sus familias. En este orden de ideas las actividades estarán dirigidas únicamente al Asociado y su grupo familiar registrado en la hoja de vida.

Los Delegados podrán establecer las condiciones de cada actividad primando las actividades de integración. También podrán realizar encuestas que les brinden una mirada más clara de lo que quieren nuestros asociados.



El presupuesto del Fondo de Bienestar será de \$80.000.000 para el año 2015. Para asignar los montos de cada zona se tuvieron en cuenta: número de asociados, cuotas recibidas del fondo de bienestar y el número esperado de asociados de la región para año 2015, este último criterio permitirá ampliar los recursos recibidos, con el fin de que las ciudades no se quedan cortas de recursos y puedan realizar sus actividades sin limitaciones. De acuerdo a lo anterior este presupuesto no cambiará los montos asignados, así el número de asociados aumente o disminuya. La vigencia de las actividades será hasta diciembre 31 de 2015.

Los Delegados y/o Asociados deberán enviar sus proyectos con las cotizaciones y contactos necesarios para su gestión, por parte de la administración.

Es importante que los Delegados y/o asociados organizadores registren la participación del asociado y en lo posible medir la satisfacción de los participantes con miras al mejoramiento de las actividades.

La negociación y pago a los proveedores serán manejados directamente desde la administración del Fondo de Empleados, quienes apoyaremos la gestión de los organizadores.



PRESUPUESTO GENERAL POR REGIÓN		
Regiones	Asociados	Presupuesto por región
ANTIOQUIA	88	\$ 7.480.000
BOGOTÁ	352	\$ 29.920.000
CALI (Pasto y Florencia)	360	\$ 30.600.000
COSTA 1 (Barranquilla)	55	\$ 4.675.000
COSTA 2 (Cartagena)	10	\$ 800.000
COSTA 3 (Santa Marta)	3	\$ 255.000
COSTA 4 (Valledupar)	6	\$ 600.000
COSTA 5 (Montería)	6	\$ 510.000
COSTA 6 (Sincelejo)	3	\$ 600.000
EJE CAFETERO	24	\$ 1.700.000
IBAGUÉ	11	\$ 600.000
SANTANDERES	30	\$ 2.200.000
TUNJA	1	\$ 85.000
VILLAVICENCIO	1	\$ 85.000
Total Asociados	950	\$ 80.110.000



## ➤ Auxilios de Educación, Capacitación y Deportes

No olviden solicitar los auxilios para educación no formal para el asociado y su grupo familiar registrado en AVANZA.



Aplica para:

- 1 Cursos presenciales o a distancia, conferencias, mesas redondas, paneles, seminarios-talleres, y demás eventos colectivos que tengan por objeto predominante la formación o capacitación teórica y práctica de los asistentes a dichos eventos.
- 2 Cursos de idiomas.
- 3 Cursos y talleres de aprendizaje en diferentes áreas en artes y oficios.
- 4 Nuevas tecnologías, etc.

Para solicitar dicho auxilio deben adjuntar:

- 1 Formato solicitud de auxilio.
- 2 Factura original o cuenta de cobro si es régimen simplificado.

Los Asociados que ya solicitaron auxilios durante el años 2015, podrán solicitarlo por una vez más.





# Nuestra Marca

Por: Pamela Vásquez - Asesor Jurídico Avanza

A mediados de 2013, nuestro Fondo continuó con más fuerza un proceso de cambio, de modernización, que se venía gestando desde tiempo atrás, el cual conllevó a que se rediseñara su imagen y su identidad misma, para lo cual pasamos de ser el "FONDO DE EMPLEADOS DE SANOFI" a "FONDO DE EMPLEADOS FEAVANZA", cambiando nuestra razón social:

"AVANZA", por cuanto el objeto social del Fondo imponía el acompañar a nuestros asociados en sus proyectos y ser aliado estratégico en la conversión de sueños en metas.

Fue así como se logró además, el cambio de imagen, mediante la contratación de una compañía especialista en publicidad, la cual diseñó el logo que hoy nos distingue.

## Antecedentes Marcarios

Sin embargo, la creación del logo y la interiorización de la nueva imagen en nuestros asociados, fue solo el primer paso. El Fondo debió iniciar con los trámites legales que se imponen para la protección de lo que hoy es **NUESTRA MARCA**: "AVANZA Fondo de Empleados". (MARCA MIXTA, es decir nominativa como "AVANZA Fondo de Empleados" y con el Logo antes expuesto).





En Colombia, la marca es una categoría de signo distintivo que identifica los productos o servicios de una empresa o empresario. El producto o servicio de “FONDO DE EMPLEADOS AVANZA”, es conforme su objeto social “Contribuir al fomento del ahorro mediante el suministro de crédito a los asociados del fondo de empleados a fin de lograr su mejoramiento económico”.

Este objeto social requería de una individualización, que generara recordación en nuestros usuarios, asociados y terceros, para lo cual iniciamos el proceso de certificar nuestra marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

Esta nueva etapa (legal) inició a finales de julio de 2013, a través de nuestra área jurídica, mediante visitas a la Cámara de Comercio de Cali. Así mismo, iniciamos la verificación de los antecedentes marcarios, con la finalidad de comprobar si existían registradas o solicitadas con anterioridad marcas iguales o parecidas a la nuestra que (“AVANZA Fondo de Empleados”) que identificaran servicios iguales o semejantes al nuestro. De ser así, la existencia de una marca previa para el mismo servicio, simplemente obstaculizaba el registro de la marca, pues las marcas son sinónimos de protección para su titular, y una vez registradas, no pueden ser utilizadas por terceros.



Esta búsqueda la hicimos en dos fases:

La primera (que culminó en diciembre 10 de 2013) en el sentido de realizar nosotros mismos la indagación en la página de la Superintendencia, de todos los Fondos y empresas que utilizaban el término AVANZA, y ubicando los nombres de todos los Fondos de empleados que tenían marca registrada para efectos de verificar si alguno poseía el nombre AVANZA o F.E. Avanza, encontrando que las marcas que usaban la expresión “Avanza” en principio se dedican a una actividad distinta de la nuestra.

La segunda fase, (que inició en diciembre 12 de 2013) consistió en la SOLICITUD FORMAL DE VERIFICACIÓN DE ANTECEDENTES MARCARIOS, la cual se radicó en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Cali , quien recibe la solicitud y la traslada a la Superintendencia.



## Presentación de la Solicitud

En este orden de ideas, recibida la certificación de antecedentes con resultados para nosotros favorables, procedimos a diligenciar el Formato a través del cual se solicitó la radicación de la marca mixta “AVANZA Fondo de Empleados” en diciembre 18 de 2013 a favor del Fondo, junto con la copia del logo a color (tamaño de 8 x 8 cm), indicando que el servicio prestado por nuestro Fondo se clasificaba en la actividad No. 36 de la clasificación NIZA (Para efectos marcarios el solicitante debe elegir los productos o servicios que distinguirá la marca y clasificarlos según la Clasificación Internacional de Niza. La actividad 36 corresponde a “Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios”).



## Trámite ante la Superintendencia de Sociedades

Una vez radicada la solicitud, se agotaron las siguientes etapas:



Admisión y Examen de forma: Para verificar el cumplimiento de los requisitos previstos en la legislación, sin que existiera reparo alguno por parte de la Superintendencia.



Publicación: El 31 de diciembre de 2013 se realizaron las publicaciones en la Gaceta de Propiedad Industrial, con el fin de informar o difundir a los titulares de signos distintivos o de otros derechos de propiedad intelectual válidamente protegidos, oponerse a la solicitud de registro de marca que se está publicando. Esta publicación se realiza en la Gaceta durante 30 días hábiles. Para nuestro caso no se presentó oposición.





Seguimiento semanal: Se realizó seguimiento sobre el avance del trámite ante la Superintendencia por espacio de nueve meses, además de comunicaciones telefónicas a la Superintendencia.

Examen de registrabilidad: O examen de fondo, es la valoración que hace la Superintendencia del signo solicitado: Mediante Resolución No. 50900 de 02 de septiembre de 2014, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la marca mixta “AVANZA Fondo de Empleados” , argumentando en resumen, que el signo solicitado reproduce totalmente la estructura gramatical de la marca previamente registrada (FINAVANZA) sin que la inclusión de la expresión “FONDO DE EMPLEADOS” permita establecer una clara diferenciación entre los signos en conflicto, pues ambos signos contienen la expresión AVANZA. (Negrillas fuera de texto).

Así mismo indicó que el signo solicitado “AVANZA FONDO DE EMPLEADOS”, pretendía identificar servicios que no solo pertenecen a la misma clase que los servicios distinguidos por la marca registrada sino que también se identificaban plenamente, pues pertenecen a la categoría de servicios financieros y comparten por lo tanto **objeto y finalidad**, cual es ser utilizados para el manejo, custodia e inversión del dinero. (Negrillas fuera de texto).

Que por lo anterior, los consumidores en el mercado **difícilmente** podrían identificar los servicios de su preferencia y el distinto origen empresarial de los mismos, generándose riesgo de confusión en los consumidores dado que los canales de distribución, divulgación o comercialización de estos servicios pueden coincidir y generar una idea errónea en el consumidor.

## De la Apelación

Inconformes con la decisión interpusimos recurso de apelación el 15 de septiembre de 2014, a través de nuestra apoderada judicial, oponiéndonos a la totalidad de las argumentaciones de la Dirección de Signos Distintivos, basándonos entre otros aspectos, que el objetivo del FONDO DE EMPLEADOS FEAVANZA al pretender el registro de su marca “AVANZA FONDO DE EMPLEADOS”, es llegar, tal como se expuso en la solicitud, estrictamente a sus ASOCIADOS, de modo que los productos o servicios de “AVANZA FONDO DE EMPLEADOS” y “FINAVANZA” aun cuando pertenecieran a una misma clase (36), no necesariamente implicaba confusión para sus usuarios resultando relevante la expresión “FONDO DE EMPLEADOS” en la marca, y sin que pudiese pasarse inadvertida en el estudio de registrabilidad, ni restarle importancia, como lo pretendió hacer la Dirección de Signos Distintivos.



Se expuso también además de la fundamentación legal, que debía tenerse en cuenta “un servicio especial, implica un usuario especial, como ocurre en el presente evento, caso en el cual el riesgo de confusión resulta evidentemente menor e incluso nulo, pues para acceder al servicio de “AVANZA FONDO DE EMPLEADOS”, el usuario deberá tener unas características especiales, y tomará la decisión de adquirir el servicio precisamente por esa condición y/o calidad de asociado al fondo y de trabajador del GRUPO SANOFI, no existiendo riesgo alguno para el mercado de FINAVANZA y descartándose de entrada la indebida infracción de sus derechos”.



Expuso el Superintendente Delegado para la propiedad Industrial que “En efecto, esta Delegatura coincide y por lo tanto comparte el análisis efectuado por el recurrente, respecto a la comparación entre el signo solicitado y la marca mixta FINAVANZA”. El Despacho manifestó que los servicios a identificar por la marca solicitada y los identificados por la marca registrada no se relacionaban y que por ende no se generaba confusión en los consumidores, por ausencia de conexidad competitiva

entre los servicios y en consecuencia no estábamos en causal de irregistrabilidad, siendo procedente revocar la resolución y concedernos el registro de la marca mixta.

Luego de un seguimiento exhaustivo del trámite y la apelación ante la Superintendencia, por espacio de tres meses más, mediante RESOLUCIÓN No. 78283 de 19 de diciembre de 2014, se nos concedió finalmente la marca mixta “AVANZA Fondo de Empleados”.

## ¿Qué Ganamos con la Marca?



Como lo comentamos con anterioridad la marca genera recordación. Por tanto, al concedernos la marca, estamos imprimiendo en nuestros asociados, miembros del Fondo y terceros tanto aliados en la operación como ajenos a la misma, que se identifique a “AVANZA Fondo de Empleados” como un servicio prestado por nuestro Fondo sin que haya lugar a confundirlo con algún otro. La marca “AVANZA Fondo de Empleados” nos diferencia de cualquier otro Fondo o entidad.

Adicionalmente por el servicio que prestamos a nuestros asociados, “AVANZA Fondo de Empleados” es símbolo de calidad en el servicio, símbolo de nuestra reputación entre los otros fondos y parte misma de nuestra estrategia para llegar a nuevos y potenciales asociados, lo cual redundará en el fortalecimiento financiero del Fondo y por ende en nuevas y mejores oportunidades para los afiliados.

“AVANZA Fondo de Empleados” promueve la confianza entre nuestros asociados y a partir de su concesión otorgó al Fondo el derecho exclusivo a impedir a terceros que comercialicen productos y ofrezcan servicios idénticos o similares con marcas idénticas o similares a la nuestra.



## Cosas que debes saber

### Preguntas frecuentes en propiedad industrial, marcas y otros signos distintivos

#### ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Una marca es el signo que distingue un producto de otro, o un servicio de otro y juega un papel indispensable dentro de la competencia comercial.







## ¿QUÉ PUEDE SER UNA MARCA?

Pueden registrarse como marcas palabras, dibujos, emblemas, monogramas, grabados, estampados, sellos, imágenes, envases y frases publicitarias. La finalidad del registro de marca es proteger legalmente el nombre de su producto o servicio y al mismo tiempo dotarlo de distintividad dentro de un mercado cada vez más competido.

## ¿QUÉ TIPO DE MARCAS EXISTEN?

Existen Marcas para distinguir productos y Marcas para distinguir servicios. Cuando su empresa no es productora o fabricante sino que su actividad es la de prestar ciertos servicios, existen varias denominaciones y dentro de estas encontramos:

Nominativas	Figurativas	Mixtas	Tridimensionales
Compuestas única y exclusivamente por palabras, letras o números y sus combinaciones, sin reivindicar características gráficas o color específico.	Hacen referencia a los símbolos gráficos, dibujos y logotipos, sin inclusión de letras.	Son las que están compuestas por la combinación de elementos denominativos y figurativos a la vez.	Son los envases o elementos de contención de otros productos cuya figura es particularmente distinta de las demás y se utiliza para la clase de productos que contienen.

## ¿PARA QUÉ SIRVE UNA MARCA Y QUE DERECHOS OTÓRGA?

---

La capacidad de distinción de una marca permite que los consumidores reconozcan la procedencia del producto y/o servicio, así como sus calidades o características. El registro de una marca genera un vínculo entre quien consumirá el producto o servicio y el titular de la marca. Una marca registrada otorga a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma, con la posibilidad de excluir y prohibir a otros, el uso de la misma y de cualquier otra marca que por ser similar a la registrada, pueda confundir al con-

sumidor o afectar la exclusividad del derecho.

La marca registrada, es un derecho de propiedad industrial que actualmente constituye uno de los activos más valiosos al interior de las empresas; Es la que otorga el derecho de propiedad, y consecuentemente la posibilidad de disponer de ella mediante venta, cesión, autorización de uso y contratos de licencia o franquicia.



### ¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS DE REGISTRAR MI MARCA?

---

- Distinguirse frente a la competencia.
- Indicar la procedencia del producto o servicio.
- Indicar calidad y características.
- Publicidad del producto.
- Impedir y/o autorizar a terceros el uso de la marca.
- Utilizar el signo ® demostrando a terceros que su marca esta legalmente registrada.



Información tomada de [marcasColombia.com](http://marcasColombia.com)





## ¿Por qué nos cobran intereses si usamos nuestro propio dinero?

Esta inquietud ha estado en diferentes Asambleas y charlas informales con nuestros asociados y que al ser planteada nos parece obvia, pero después consideré que era una excelente oportunidad para tratar de explicar las razones por las cuales es necesario cobrar intereses por los créditos obtenidos en Avanza.

El argumento general es que no se debía cobrar intereses por los créditos debido a que en esencia se estaba prestando nuestro propio dinero.

En primer lugar, es importante aclarar que los ingresos de Avanza, producto de la actividad crediticia que realiza, se obtienen de los intereses que cobra por los créditos. Este monto es el resultado de aplicar nuestra política de tasas de interés a los volúmenes de crédito colocados por cada una de las líneas.

Se busca mantener tasas de interés atractivas para los usuarios de crédito; para esto se comparan permanentemente nuestras tasas con las ofrecidas por otras entidades en el sistema financiero y solidario. Al mes de diciembre de 2014, la tasa ponderada de cartera de Avanza era del 7.77% anual. Es decir, por cada 100 pesos prestados, estarían ingresando al Fondo 7.77 pesos por concepto de intereses.

Además de los recursos que se obtienen por la actividad crediticia, Avanza recibe rendimientos financieros derivados de las inversiones realizadas para sostener el Fondo de Liquidez que exige la regulación. En el mes de diciembre del 2014,

los ingresos recibidos por la actividad de crédito representaron el 81.07% del total de ingresos, mientras que los rendimientos financieros de las inversiones correspondientes a fondo de liquidez, representaron el 0.8% del total de ingresos y el almacén que representaron el 15.7% del total de los ingresos.

Una vez comprendida la estructura de ingresos de Avanza, la pregunta que subyace aquí es ¿cuál es el uso que se les da a esos recursos? Para dar respuesta a este interrogante debemos comprender la estructura de nuestro estado de excedentes, en donde podemos observar la aplicación de nuestros ingresos operacionales.

Distribución porcentual de los ingresos	%
Retribución a los ahorros de los asociados	37%
Programa de fidelidad y otros beneficios al asociado	8%
Gastos de personal	18%
Gastos de funcionamiento	16%
Excedentes	5%





Como podemos observar, de cada 100 pesos que ingresan por concepto de intereses de crédito y rendimientos financieros, se devuelven al asociado, 37 pesos, distribuidos en rendimiento a los ahorros, y 8 pesos distribuidos en actividades de bienestar. En resumen, nuestros asociados reciben 45 pesos.

Adicionalmente, 18 pesos se destinan al pago de personal, y 16 se utilizan en gastos de funcionamiento del Fondo. En conclusión, si avanza no cobra intereses, no tendríamos cómo funcionar, cómo pagar a nuestros colaboradores, cómo pagar los gastos de funcionamiento, cómo retribuir los depósitos de los asociados ni cómo realizar actividades de solidaridad.



Ahora bien, Avanza busca mantener un sano equilibrio financiero entre los intereses que recibe y los rendimientos que paga por concepto de los ahorros, además de los servicios que presta a los asociados. No olvidemos que los asociados de Avanza tienen un doble rol: como usuarios de crédito y como proveedores de recursos.

En este sentido lo que se busca es racionalizar los gastos de administración y funcionamiento del Fondo, para que el retorno a los asociados sea el más alto posible. Es decir, nuestro objetivo no se centra en la generación de excedentes o utilidades, como en las entidades financiera tradicionales, que sólo buscan que los excedentes sean lo más altos posibles y donde el problema es que quien percibe dichos excedentes, no es el usuario de crédito ni el proveedor de recursos, sino que es el dueño de la entidad.

En AVANZA, en cambio, los dueños somos todos.



Adaptado informe  
Diego Fernando Manotas







## Solidaridad y beneficios para el asociado: una gestión de medio y no de resultado

Por: Inés María Ulloa Villegas

Los Seguros y Convenios en Avanza son, sin lugar a dudas, una referencia para los asociados.

Por ello los servicios se han consolidado como un área central de la labor del Fondo, tanto en lo institucional como en su labor operativa. Sin embargo mientras la operación financiera de Avanza, activa y pasiva (crediticia y de captación), descansa en su propia organización de los procedimientos, la prestación de servicios y seguros depende en su gran mayoría de la organización brindada por terceros. Esta es una gran diferencia que vale la pena resaltar, pues los asociados frecuentemente olvidan que la gestión de Avanza es de medio- y no de resultado- debido a debido a su papel de intermediario.

Una gestión de medio no es por ello menos importante. Es una gestión central y de una gran responsabilidad, que ha sido asumida en la historia del Fondo con criterios que buscan un balance entre los beneficios económicos y la solidaridad.

En ese sentido, los servicios y convenios de Avanza buscan los beneficios de una negociación colectiva: el poder de negociación, que se debe reflejar en precios y coberturas; el cambio del riesgo individual al colectivo; y el respal-

do institucional ante cualquier reclamo, que se refleja en garantías de calidad y tiempos de respuesta. Por ello, contratar servicios a través del Fondo beneficia a los asociados.

Además, como política del Fondo está la de llevar a cabo reuniones periódicas de coordinación y evaluación de los grandes proveedores de seguros y servicios. Por lo tanto es conveniente recordar que para los proveedores es una evaluación de su resultado, mientras que para Avanza es una evaluación de medio.





## Su Opinión Cuenta

Ahora bien, a pesar de la evaluación juiciosa, técnica y responsable que hace el Fondo de todos los servicios que presta, no en todos los casos está exento de dificultades relacionadas con la satisfacción del usuario. Por lo que las sugerencias, quejas, reclamos y reconocimientos sobre la prestación de los servicios, han sido y serán, elementos esenciales en la gestión del Fondo, pues ayudan siempre a direccionar políticas de gestión y calidad. Los procesos de evaluación de los servicios que se están prestando actualmente, se efectúan a través del buzón de sugerencias de nuestra página web, donde se reciben las sugerencias, quejas, reclamos y felicitaciones. Los asociados contratamos con Avanza los siguientes servicios por su buen funcionamiento, por ejemplo: planes de medicina prepagada, servicios de emergencia médica, de telefonía celular, seguros, de vida, de educación y para el hogar entre otros. De ahí la importancia de tener una buena retroalimentación sobre los servicios y seguros, ya sea positiva o negativa, pues siempre ayudará a que Avanza direcciona la gestión, en búsqueda de un mejoramiento en la prestación del servicio.

Cuando se reciben quejas, el papel de medio del Fondo cambia claramente: atiende la queja, gestiona, y busca la solución a la misma por parte del proveedor. Pero para el asociado, que ha sufrido la dificultad, es un problema vinculado directamente con Avanza, y esto le molesta. Estas no son situaciones ideales ni deseables, pero la probabilidad de no ocurrencia es cero. Por ello invitamos a todos los asociados a ayudar al Fondo con las siguientes acciones: direccionar la gestión en el área de servicios, mejorar la comunicación con los proveedores, hacer uso del buzón, y evitar exaltarse con el funcionario de Fondo que atiende su dificultad. En esencia, entender lo que significa una **gestión de medio para responder asertivamente a las dificultades**, con el fin de potenciar los beneficios de los seguros y servicios contratados a través de Avanza.





2015

# Boletín Informativo NotiFondo

CALI Carrera 9 No. 30-29 Sede Principal Teléfono: 4310061 - Fax: 4431042  
BOGOTÁ Transversal 23 No. 97-73 Piso 9 City Business Teléfono: 2194054  
[www.fesavavanza.com](http://www.fesavavanza.com)