

MANUAL JURÍDICO PARA PERSONAJES PÚBLICOS QUE BUSCAN PROTEGER SU
INDIVIDUALIDAD DEL APROVECHAMIENTO COMERCIAL POR PARTE DE
TERCEROS NO AUTORIZADOS



PAULA JIMENA TEJEIRO CÁRDENAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE DERECHO
VILLAVICENCIO

2018

MANUAL JURÍDICO PARA PERSONAJES PÚBLICOS QUE BUSCAN PROTEGER SU
INDIVIDUALIDAD DEL APROVECHAMIENTO COMERCIAL POR PARTE DE
TERCEROS NO AUTORIZADOS

PAULA JIMENA TEJEIRO CÁRDENAS

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de abogado

Asesor

Mg. HERNANDO ACOSTA RODRIGUEZ

Magister en Contratación Pública y Privada

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE DERECHO

VILLAVICENCIO

2018

Autoridades académicas

FRAY JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA O. P.

Rector General

FRAY MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO O.P.

Vicerrector Académico General

FRAY JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO O.P.

Rector Sede Villavicencio

FRAY FERNANDO CAJICÁ GAMBOA O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO

Decana Facultad de Derecho

Nota De Aceptación

SONIA PATRICIA CORTES ZAMBRANO

Decano de Facultad

HERNANDO ACOSTA RODRIGUEZ

Director Trabajo de Grado

CARLOS EDUARDO TRUJILLO MONTAÑA

Jurado

BIBIANA DEL PILAR CEPEDA GÓMEZ

Jurado

GUSTVO ADOLFO PARDO ROBAYO

Jurado

Villavicencio, septiembre de 2018

A la memoria de mi abuela,
Por dedicar a su familia cada instante de su vida.

Agradecimientos

En primera medida agradecer a mi familia, a mi Abuelo, Jesús Tejeiro, por su sabiduría, paciencia y empeño, por hacer de mi una excelente persona; a mi Abuela, Dora Cárdenas, por escucharme en todo momento, sin importar el tema, la hora o el lugar; a mi Mamá, Olga Tejeiro, por todo el sacrificio, apoyo, entendimiento y recordarme siempre el valor que tengo como persona; a mi Esposo, Willian Barreto, por el amor, por el entendimiento, por los días y las noches de compañía, por leer cada hoja y tener la paciencia y voluntad de aprender sobre leyes para hacerme las sugerencias que me permitieron finalizar de la mejor manera este documento.

Agradecer a mi Director, El Dr. Acosta, por acercarme al derecho comercial, por sus enseñanzas no solo académicas sino para la vida. Cada clase, cada corrección, es un recuerdo del motivo por el cual estudié derecho.

Agradecer a mi prima, Lina Tejeiro, por mostrarme que ser una figura pública no es fácil, que llegar allí requiere esfuerzo y talento, y que ese trabajo merece ser protegido por la ley.

Finalmente, agradecer a mis amigas, Lina, Alejandra y Camila, por enseñarme el valor de la amistad, por apoyarme en cada momento difícil, y por vivir conmigo la etapa de la universidad.

Contenido

	Pág.
Glosario.....	10
Resumen.....	13
Introducción	14
1. Conceptos iniciales, individualidad y el uso no autorizado por parte de terceros.	17
1.1. Nombre e Imagen, Ventaja Competitiva en el Mercado.....	17
1.2. ¿Cuándo se considera que hay un uso no autorizado de la individualidad por parte de terceros?	19
2. Explotación comercial de la Individualidad de una persona	21
3. Acciones jurídicas para proteger la individualidad.....	26
3.1. Protección de la Individualidad de una persona, a través de los Derechos que otorga La Propiedad Intelectual	28
3.2. Propiedad industrial.....	29
3.2.1. Marcas.....	31
3.2.2. Nombre comercial.....	37
3.2.3. Acción por infracción de derechos de propiedad industrial.....	38
3.2.4. Protección de la Individualidad de una persona a través del Derecho a la Leal Competencia	47
3.3. Protección de tu Individualidad a través de los Derechos sobre Nombres de Dominio. 50	50
3.3.1. Reclamación ante un Operador de Servicios de Resolución de Disputas.....	51
3.4. Protección a través del Derecho a la Imagen y Personalidad Jurídica	55
3.4.1. Acción de tutela.	55
3.4.2. Acción de responsabilidad civil.....	58
3.4.3. Acción penal.	60
Conclusiones	64
Referencias bibliográficas.....	68

Lista de Ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Aspectos de la protección intelectual;	19
Ilustración 2. Legalidad del uso de la individualidad, basada en información de (Corte Constitucional, Sentencia T-634, 2013),	20
Ilustración 3: Formas de explotación de la individualidad de una persona,	21
Ilustración 4. Pantallazos de la forma de búsqueda dentro de la página web de SIC	22
Ilustración 5. Motor de búsqueda dentro de la página web de la SIC	22
Ilustración 6. Resultados de búsqueda dentro de la página web de la SIC	22
Ilustración 7. Número de Resultados dentro de la página web de la SIC	23
Ilustración 8. Verificación de expediente dentro de la página web de la SIC parte 1	23
Ilustración 9.Verificación de expediente dentro de la página web de la SIC parte 2	24
Ilustración 10: Mapa de Acciones de protección a la individualidad de una persona,	27
Ilustración 11. Esquema de la propiedad intelectual	29
Ilustración 12. Tipos de Propiedad intelectual.....	31
Ilustración 13. Etapas del proceso de solicitud de marcas.....	33
Ilustración 14. Periodo para interponer acciones judiciales.....	39
Ilustración 15. Descripción del proceso verbal relacionado con propiedad intelectual.....	40
Ilustración 16. Descripción del proceso verbal sumario relacionado con propiedad intelectual..	49
Ilustración 17. Descripción de las partes del nombre de dominio	50
Ilustración 18.Pautas de solución de conflicto entre las partes por nombres de dominios	51
Ilustración 19. Procedimiento y tiempos para el proceso de solicitud y registro de un nombre de dominio	54
Ilustración 20. Proceso para Interponer Acción de tutela, bajo el (Decreto No.2591, 1991) y la (Corte Constitucional, Sentencia T-379, 2013)	57
Ilustración 21. Proceso de demanda	58
Ilustración 22. Descripción del proceso penal abreviado	62
Ilustración 23. Proceso de incidente de reparación integral	63
Ilustración 24. Procedimiento de las acciones que se pueden interponer para proteger la individualidad de una figura pública del uso no autorizado por parte de terceros,	66

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1: Diferencias y similitudes	37
Tabla 2. Procedimiento de acciones judiciales ante un juez	39
Tabla 3. Proceso de reclamación y resolución de disputas	52
Tabla 4. Relación de delitos de afectación a la individualidad.....	61

Glosario

ACCIÓN JUDICIAL: Derecho de todas las personas de acudir ante la justicia para obtener una decisión, favorable o desfavorable, como resultado de un proceso legal. (Rama Judicial de Colombia, 2018)

.

ACTO ADMINISTRATIVO: “Declaración unilateral de la voluntad de la Administración Pública en el ejercicio de sus funciones, que produce efectos jurídicos sobre particulares o de entidades públicas” (Ministerio de Justicia y del Derecho, s.f.).

APELACIÓN: “Medio de impugnación por medio del cual se solicita que un superior jerárquico, revise conforme a derecho un acto administrativo, providencia interlocutoria o una sentencia dictada por un funcionario inferior” (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado., 2017)

BIENES: “Cosa que puede ser susceptible de apropiación” Muñoz Machado, (2016) citado por (López-Casero, 2017, pág. 89)

CLASIFICACIÓN NIZA: “Es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas” (Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI), 2017)

CÓDIGO: “Conjunto de normas legales sistemáticas que regulan unitariamente una materia determinada” (Real Academia de la Lengua, 2017)

CONSEJO DE ESTADO: “Máximo órgano de la Jurisdicción Contencioso Administrativa y Cuerpo Consultivo del Gobierno, encargado de resolver las controversias y litigios originados en la actividad de la Administración Pública” (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado., 2017)

CONTRATO: “Es un acuerdo de voluntades verbal o por escrito que genera derechos y obligaciones correlativos”. (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado., 2017)

CORTE CONSTITUCIONAL: “La Corte Constitucional de Colombia es la entidad judicial encargada de velar por la integridad y la supremacía de la Constitución”. (Corte Constitucional de Colombia, 2018)

DAÑO: “Perjuicio provocado a una persona que no tiene el deber jurídico de soportarlo”. (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado., 2017)

DEMANDA: “Escrito por medio del cual se solicita a una autoridad judicial o arbitral, el reconocimiento o la existencia de un derecho”. (Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado., 2017)

FISCALÍA GENERAL DE LA NACIÓN: “La Fiscalía General de la Nación ejerce la acción penal y de extinción de dominio en el marco del derecho constitucional al debido proceso” (Fiscalía General de la Nación, 2018)

FISCAL “Funcionario que investiga los hechos delictivos para establecer la responsabilidad de una persona en los mismos. Con la implantación del Sistema Acusatorio el fiscal sólo investigará mientras que será el juez quien determine la responsabilidad del sujeto” (Ministerio de Justicia y del Derecho, s.f.)

INDEMNIZACIÓN: “Compensación económica destinada a reparar, garantizando su indemnidad, al afectado por la privación de un bien o derecho, por un perjuicio provocado por un tercero, o por un gasto que ha incurrido por razón ajena a su voluntad” (Real Academia de la Lengua, 2017)

MARCA: “Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra”. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), s.f.)

NOMBRE COMERCIAL: “El nombre comercial es el signo que identifica al empresario como tal en el desarrollo de una actividad mercantil”. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

NOTIFICACIÓN: “Es el medio por el cual se comunica a las partes o a los apoderados de estas, las decisiones que se toman por parte del Juez”. (Ministerio de Justicia y del Derecho, s.f.)

NULIDAD: Nulidad es una sanción por falta o por defecto de la forma jurídica, y por carencia de los requisitos exigidos por la ley, con la cual se priva de efectos jurídicos a determinados actos cuando éstos no han cumplido las formalidades. (Rama Judicial de Colombia, 2018)

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: La OMPI es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). Es un organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 191 Estados miembros. (Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI), s.f.)

PRETENSIÓN: “Objeto de una acción procesal que se concreta en la demanda que formula el actor ante el correspondiente órgano jurisdiccional. Es también equivalente a petición dirigida al órgano judicial, que se materializa en la demanda frente a persona determinada” (Real Academia de la Lengua, 2017)

PROCESO: “Es el conjunto de actos predeterminados por el legislador, encaminados a resolver en el tiempo un litigio que se presenta en virtud del ejercicio de una acción, a fin de dirimir en derecho, el conflicto que se presenta” (Ministerio de Justicia y del Derecho, s.f.)

.

SENTENCIA: “Resolución que decide definitivamente el pleito o causa en cualquier instancia o recurso, o que, según las leyes procesales, debe revestir de esa forma” (Real Academia de la Lengua, 2017)

SERVICIOS: “Prestación que satisface alguna necesidad humana y que no consiste en la producción de bienes materiales” (Real Academia de la Lengua, 2017)

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: “La Superintendencia de Industria y Comercio es un organismo técnico, de carácter administrativo, adscrito al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, cuya actividad está orientada a fortalecer los procesos de desarrollo empresarial y los niveles de satisfacción del consumo colombiano” (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

Resumen

El presente manual consiste en la compilación de las acciones judiciales que puede interponer una figura pública, actualmente en Colombia, para proteger su individualidad del aprovechamiento comercial por parte de terceros no autorizados, explicando cada una de las acciones, su procedimiento, prescripción y requisitos legales de una forma sencilla y práctica.

Para ello se presenta una investigación realizada a través de la selección de las acciones que al ser aplicadas pueden proteger el derecho a la individualidad de figuras públicas, organizadas según el área del derecho a la cual pertenecen. Así, se analizó el derecho a la propiedad intelectual, el derecho a la libre y leal competencia, los derechos sobre nombres de dominio, el derecho fundamental a la imagen y la personalidad jurídica y finalmente, el derecho penal.

Palabras clave: Figura pública, individualidad, aprovechamiento comercial, terceros no autorizados, nombre e imagen, acciones judiciales.

Introducción

Durante la historia de la humanidad siempre han existido personas que han sobresalido, ya sea por sus talentos artísticos, deportivos o sociales, generando una reputación concentrada en su nombre y/o imagen, y a su vez, conllevado a que los demás se interesen en su vida; personas que en la actualidad son conocidas como figuras públicas.

Así mismo, en el devenir de la historia, se desarrolló la necesidad de la compra y venta de bienes y servicios, y a su vez la necesidad de que éstos productos generen una reputación respecto de su calidad y precio, buscando un posicionamiento en el mercado. (La publicidad aplicada a la pequeña y mediana empresa, 2008).

Sin embargo, con la evolución de la publicidad y el marketing se evidenció que es posible que los bienes y servicios no tengan que consolidar una reputación, sino que, con el apoyo de alguna figura pública ya se genere el posicionamiento. (Ceballos, 2011).

Es así como nace la posibilidad de utilizar el nombre y la imagen, unidos en el concepto de individualidad, de figuras públicas como una opción para que los comerciantes entren al mercado con una ventaja frente a sus demás competidores, y con ello surge la necesidad de proteger legalmente a las figuras públicas frente a los terceros no autorizados que utilicen su individualidad, con fines comerciales.

En Colombia, actualmente esta protección legal está desarrollada en diferentes normas e interpretada a través de la jurisprudencia, por eso es necesario contar con un documento que se encargue de reunir todas las acciones judiciales que existen para proteger a las figuras públicas; y si bien, ya han existido algunos documentos que abarcan el tema, como es el caso del artículo académico: El contexto actual del derecho a la imagen en Colombia, del autor Diego Fernando Guzmán Delgado, (Guzmán, 2016) está enfocado exclusivamente al derecho sustancial y abarca de forma muy somera alguno de los temas, características contrarias a las del presente manual.

Por otro lado, las obras que se han encontrado en el derecho colombiano no buscan recopilar todas las herramientas jurídicas que pueden utilizar las figuras públicas en un solo texto, sino que, por el contrario, las analizan en documentos independientes, en forma separada, o desde la perspectiva de una rama del derecho y no desde la figura pública; tal es el caso del artículo académico aspectos generales del derecho a la imagen del autor José Ceballos, (2011) que hace un análisis histórico y sustancial del derecho a la imagen; del artículo académico: El contrato de merchandising: una realidad comercial atípica amparada por todas las esferas del derecho, que se enfoca exclusivamente al contrato de transferencia o licencia de bienes intangibles con el fin de promocionar otro bien o servicio para posicionarlo en el mercado; El documento académico El derecho a la propia imagen como derecho fundamental en el ordenamiento jurídico colombiano, de las autoras (Bedoya & Londoño, s.f.), el cual se enfoca en exclusivamente en el aspecto constitucional del derecho a la imagen; Por último, el artículo académico Casos de personajes famosos en los que se encuentra latente la propiedad intelectual de la autora (Rodríguez, s.f.) abarca el tema desde la rama del derecho de la propiedad intelectual exclusivamente, y solo hace referencia al derecho sustancial.

Es así como, a diferencia de los artículos y documentos académicos descritos, el objetivo principal de este manual es determinar las acciones judiciales que puede utilizar una figura pública para proteger su individualidad del uso comercial no autorizado por parte de terceros, a través del método de síntesis, el cual busca unir las acciones judiciales dispersas en diferentes normas, en la jurisprudencia y en documentos académicos, en una nueva totalidad, la cual es el presente manual. Para ello, el primero paso es identificar quién es una figura pública, en Colombia, y que requisitos existen para ser considerado como tal; posteriormente, se debe determinar el concepto de individualidad; luego, conocer en qué casos la ley considera que un tercero no está autorizado para utilizar la individualidad de una figura pública con fines comerciales; y finalmente, se determina cada una de las acciones que puede interponer la figura pública, explicando su procedimiento, requisitos y prescripción.

Adicionalmente, este manual está enfocado a las figuras públicas específicamente, toda vez que son ellas las directamente afectadas por el uso no autorizado de su individualidad, y si bien pueden

contar con la asesoría de un abogado, primero deben poder identificar los derechos que la ley les otorga.

Por ese motivo los términos jurídicos son explicados de forma sencilla, no se ahonda en discusiones doctrinales, y se evita caer en un tratado de alguna rama del derecho.

Finalmente, el propósito de este documento es que el lector se informe sobre sus derechos, y conozca las vías jurídicas que tiene para proteger su imagen, sin tener que recurrir a varios libros y una extensa búsqueda, sino que, por el contrario, con la lectura de un solo documento pueda identificar de forma clara si su individualidad ha sido afectada y los medios que tiene para protegerla.

1. Conceptos iniciales, individualidad y el uso no autorizado por parte de terceros.

Este documento es un manual que busca que las figuras públicas cuenten con unos conceptos jurídicos básicos que se relacionan con su individualidad, nombre e imagen, como elemento comercial, y por tanto, identifiquen las herramientas jurídicas para su protección.

De esta manera, se utiliza una metodología basada en un cuestionario y premisas que debe resolver el lector para ir avanzando en la lectura e identificar que herramientas aplican a su caso particular, ya que, como bien es sabido, cada situación es única y merece un tratamiento diferenciado.

1.1. Nombre e Imagen, Ventaja Competitiva en el Mercado

Antes de iniciarnos en el tema, es necesario que el lector logre definir algunos conceptos previos para que pueda introducirse en el tema legal.

a. Personaje público

El primer concepto que debe saber es el de personaje público, y para ello basta con decidir que, si por motivo de su actividad, profesión o labor, usted genera un interés en el público; es decir, si la sociedad está constantemente interesada en su vida pública, (Corte Constitucional, Sentencia T-312, 2015) y eventualmente en su vida privada, es necesario concluir que: usted es una figura pública.

b. Individualidad: Nombre e imagen como un todo

El segundo concepto previo, y que usted verá de manera reiterada durante la lectura de este Manual, es el de **individualidad**. Éste término es usado para expresar el nombre y la imagen de una persona como un todo o como una unidad, que logra identificar a esta persona y la distingue de las demás. (Blasco, s.f., pág. 27) Por este motivo, es un concepto esencial y su protección contribuye a fortalecer la noción de dignidad del ser humano. (Corte Constitucional, Sentencia T-379, 2013).

El nombre, como fue mencionado, hace parte de la individualidad, y por sí mismo identifica la forma fonética por la cual el público reconoce a una persona; es decir, que además de ser la forma en la cual está inscrita en el registro civil, también puede consistir en un seudónimo, una variación del nombre, la firma o una mezcla de todos estos elementos. (Decreto No.1260, 1970, Art.3).

Por ejemplo, Norma Jeane Baker fue una de las actrices mas importantes del siglo XX, conocida bajo el seudónimo de Marilyn Monroe, (Revista Vanidades, 2018), el cual también hace parte de su nombre.

La imagen, al igual que el nombre hace parte de la individualidad y se refiere por sí solo, al aspecto físico por medio del cual la sociedad identifica a una persona; además de los rasgos físicos, se expresa en la voz y en la forma icónica con la cual la persona se viste o los elementos con los cuales una persona adorna su cuerpo y que permite identificarla. (Blasco, s.f.)

Así, el vestido blanco y el cabello rubio de Marilyn Monroe hacen parte consustancial de su imagen (Revista Vanidades, 2018).

Aclarados estos conceptos, usted puede notar entonces que este texto se enfoca en las figuras públicas y su individualidad, elementos que en el mundo del comercio representan un beneficio, porque, como ya bien debe saber, su nombre o imagen puede influir de manera directa en los consumidores para adquirir bienes o servicios permitiendo que entren al mercado con una ventaja competitiva: el posicionamiento. De esta forma, no es lo mismo que un perfume sea vendido bajo el nombre de una persona reconocida, como Shakira, a que el mismo producto sea comercializado sin ningún tipo de posicionamiento.

En este punto, es importante que usted tenga otro hecho claro y es que la individualidad puede ser analizada desde dos aspectos: como elemento constitucional y como elemento comercial (Bedoya & Londoño, s.f., págs. 5,6) así:

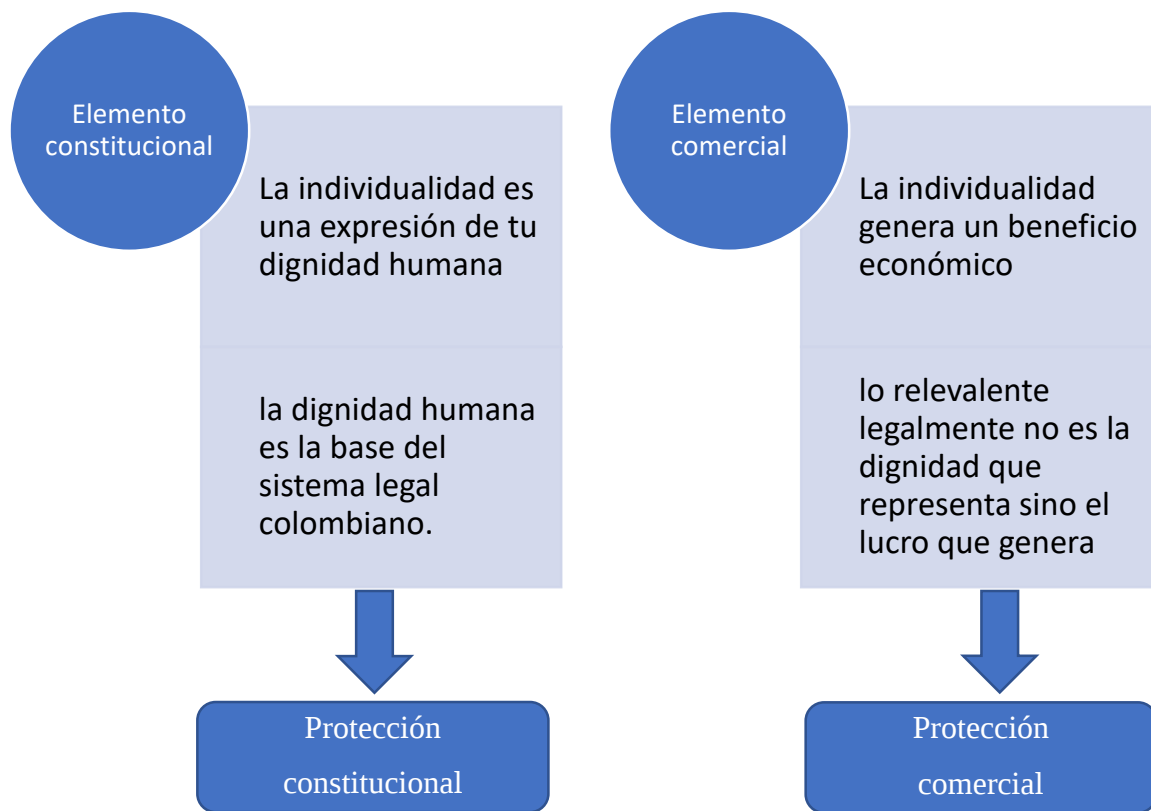


Ilustración 1. Aspectos de la protección intelectual; por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

En el transcurso del documento se podrá evidenciar cómo la protección constitucional genera unas herramientas para el individuo y exige unos requisitos diferentes a la protección comercial. Por tanto, en unos casos se puede actuar buscando la protección de los intereses económicos y, en otros, buscando la protección de los intereses constitucionales, así en algunos eventos puede ser mejor que se apele a la protección constitucional, en otros a la protección comercial y, finalmente, en algunas circunstancias unir ambas protecciones.

De cualquier forma, en este documento Usted va a encontrar la forma idónea en la cual se debe actuar cuando un tercero, no autorizado, quiera explotar comercialmente la individualidad de una persona.

1.2. ¿Cuándo se considera que hay un uso no autorizado de la individualidad por parte de terceros?

En este momento es probable preguntarse qué significa que un tercero no autorizado quiera explotar comercialmente la individualidad de una persona. Por ello, a continuación, se encontrará

una explicación de cuándo la ley considera que una persona no está autorizada para usar la individualidad de otra.

Primero, se debe saber que la individualidad solo puede ser explotada de forma comercial por su titular, lo que significa que solo el titular de la misma puede recibir beneficios económicos por el uso de su individualidad; (Corte Constitucional, Sentencia T-634, 2013) (Decreto No.1260, 1970, Art.5); sin embargo, la ley permite que el titular pueda autorizar a terceros para que la exploten comercialmente, y también permite que sin la autorización del titular pueda ser usada la individualidad de ésta, siempre y cuando no sea para fines comerciales.

A continuación, se explican estos eventos:

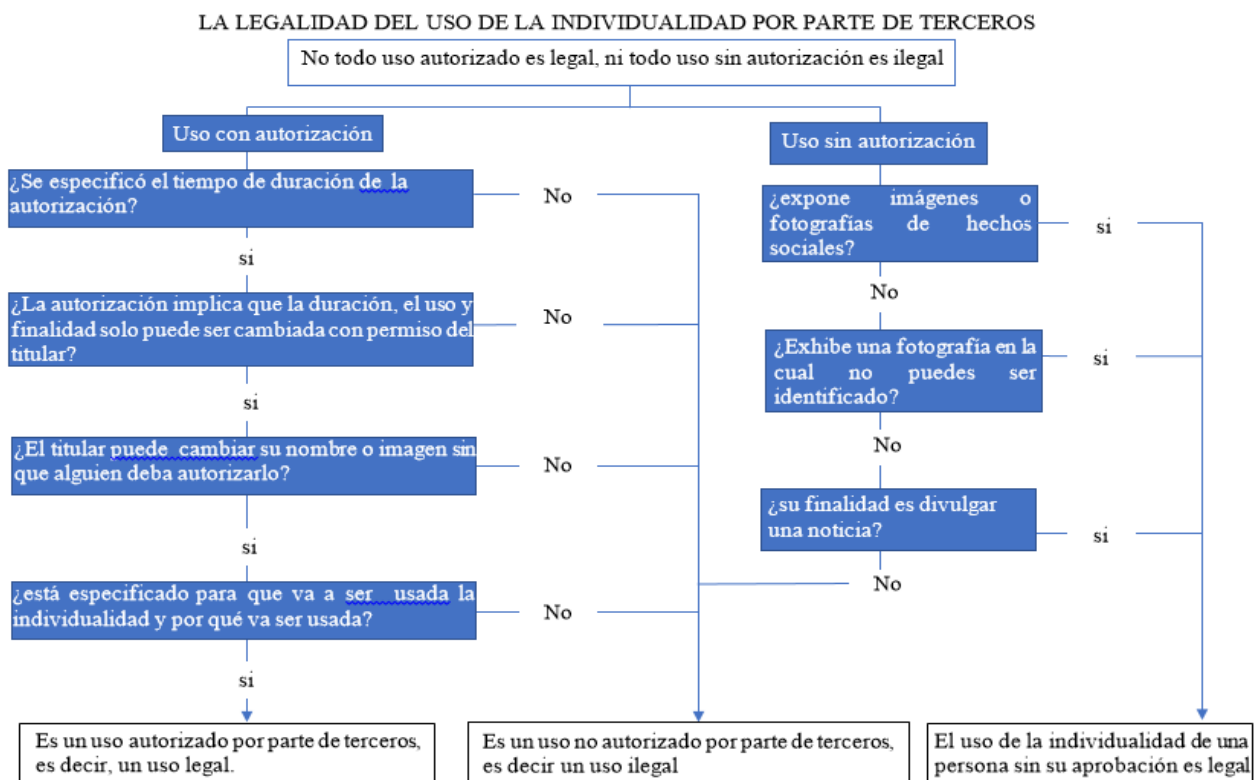


Ilustración 2. Legalidad del uso de la individualidad, basada en información de (Corte Constitucional, Sentencia T-634, 2013), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

De esta forma, se puede concluir que los eventos que implican un uso no autorizado por parte de tercero, genera que cualquier acto comercial que se desprenda de ellos sea ilegítimo (Corte Constitucional, Sentencia T-634, 2013) y por tanto la ley protege al titular y puede aplicar los mecanismos que son explicados en este documento.

2. Explotación comercial de la Individualidad de una persona

Como se afirmó anteriormente, el titular de la individualidad es el único que puede explotar la misma de forma comercial, al vincularla con la explotación en el mercado de bienes y/o servicios. Ahora bien, es relevante saber que el titular de su individualidad puede lograr su protección, dependiendo de si ésta se explota o no. Hay unas acciones legales que solo se pueden interponer si se verifica una explotación de la individualidad y, de otra parte, hay otras acciones legales que no requieren de la mencionada explotación.

Por estos motivos es indispensable identificar si se verifica una explotación de la individualidad de una persona de forma comercial, para ello se debe evacuar el siguiente cuestionario:

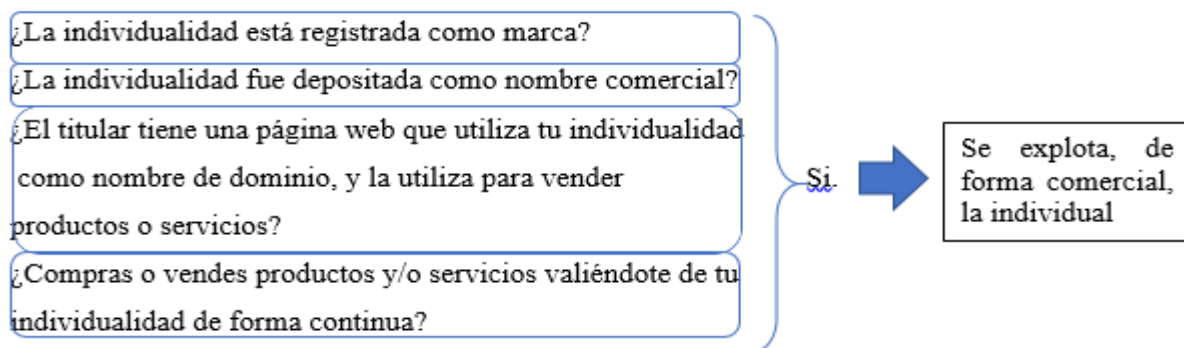


Ilustración 3: Formas de explotación de la individualidad de una persona, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Si la respuesta es afirmativa a alguna de las preguntas, significa que se está en presencia de una explotación comercial de la individualidad de una persona y, por tanto, se cumple el requisito para poder interponer determinadas acciones.

Si no se sabe la respuesta a la primera y segunda pregunta, se puede ingresar a la página de internet <http://sipi.sic.gov.co>, y realizar los siguientes pasos para verificar si la individualidad de una persona está registrada como marca o depositada como nombre comercial. Para efectos de un ejercicio o prueba, se utiliza como ejemplo Carolina Cruz, ya que es una figura pública que tiene consolidada una empresa para explotar su individualidad.

1. Ingresa en la página <http://sipi.sic.gov.cov>

2. Ingresas en el link “buscar”

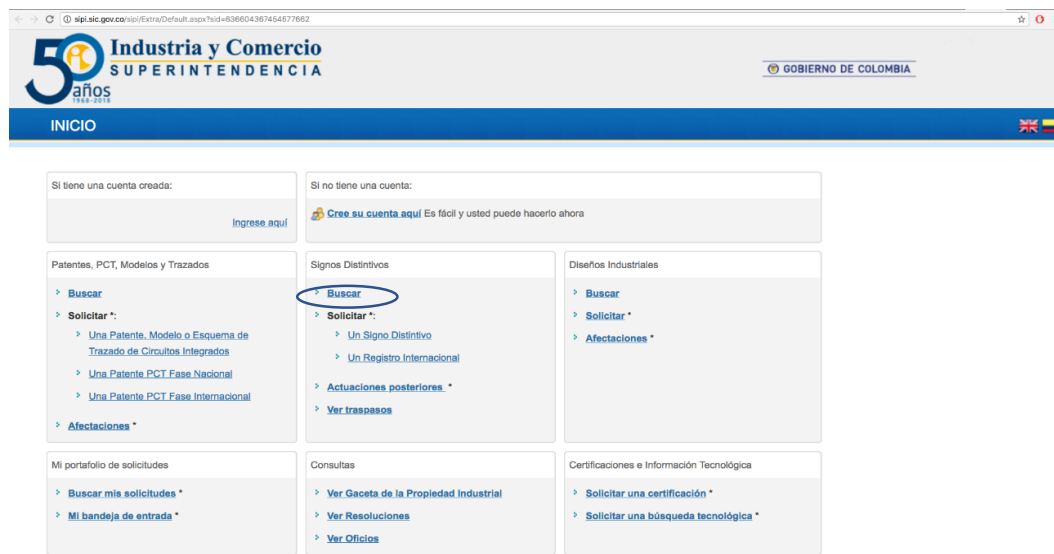


Ilustración 4. Pantallazos de la forma de búsqueda dentro de la página web de SIC, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

3. Escribir en la barra que dice “palabra clave/ Número de solicitud”, el nombre a consultar entre comillas con el fin de hacer una búsqueda exacta

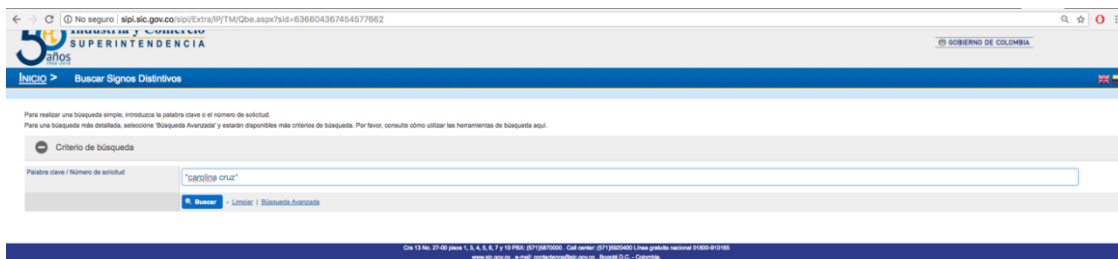


Ilustración 5. Motor de búsqueda dentro de la página web de la SIC, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

4. En este punto se pueden obtener dos resultados, si no hay un signo distintivo registrado se obtendrá el siguiente aviso:

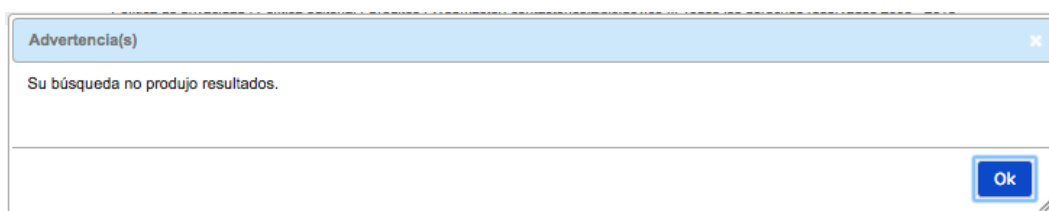
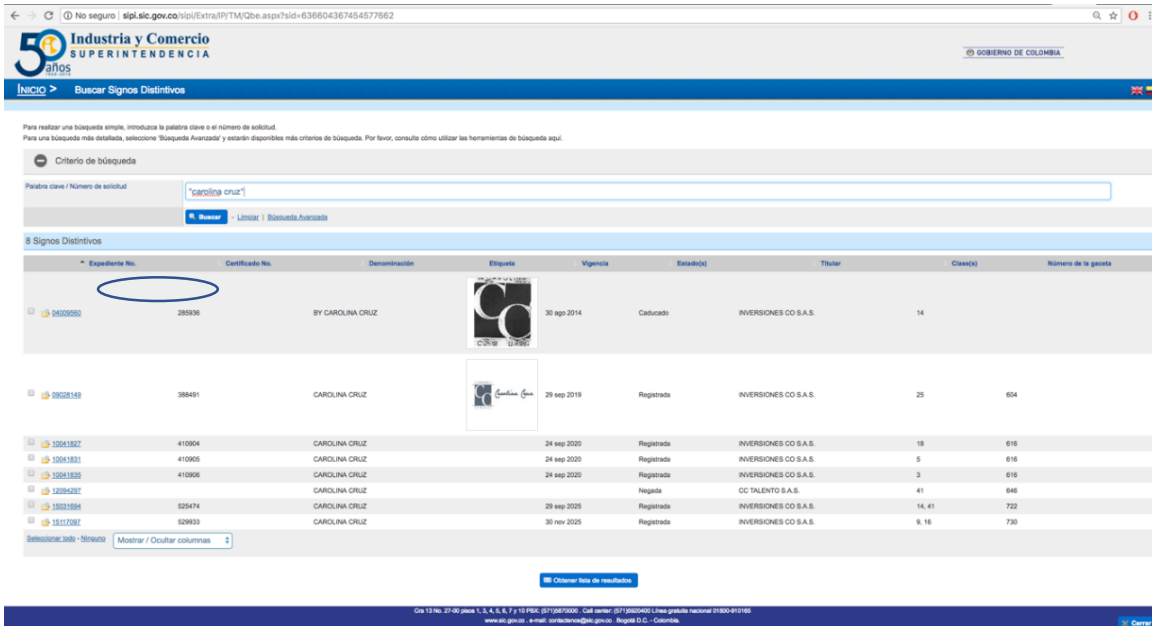


Ilustración 6. Resultados de búsqueda dentro de la página web de la SIC, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

5. Si, por el contrario, hay resultados de la búsqueda significa que si hay signos distintivos registrados y se obtendrá una imagen similar a la siguiente:



Para realizar una búsqueda simple, introduzca la palabra clave o el número de solicitud.
Para una búsqueda más detallada, seleccione 'Búsqueda Avanzada' y estarán disponibles más criterios de búsqueda. Por favor, consulte cómo utilizar las herramientas de búsqueda aquí.

Criterio de búsqueda

Palabra clave / Número de solicitud: "carolina cruz"

8 Signos Distintivos

Expediente No.	Certificado No.	Denominación	Etiqueta	Vigencia	Estado(s)	Titular	Clase(s)	Número de la gaceta
0403050	28936	BY CAROLINA CRUZ		30 ago 2014	Catálogo	INVERSIONES CO S.A.S.	14	
09028149	38491	CAROLINA CRUZ		29 sep 2019	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	25	604
15041547	41094	CAROLINA CRUZ		24 sep 2020	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	18	616
15041551	41095	CAROLINA CRUZ		24 sep 2020	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	5	616
15041555	41096	CAROLINA CRUZ		24 sep 2020	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	3	616
12034287		CAROLINA CRUZ			Regada	CC TALENTO S.A.S.	41	646
15031594	52474	CAROLINA CRUZ		29 sep 2025	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	14, 41	722
15117282	52993	CAROLINA CRUZ		30 nov 2025	Registrada	INVERSIONES CO S.A.S.	9, 16	730

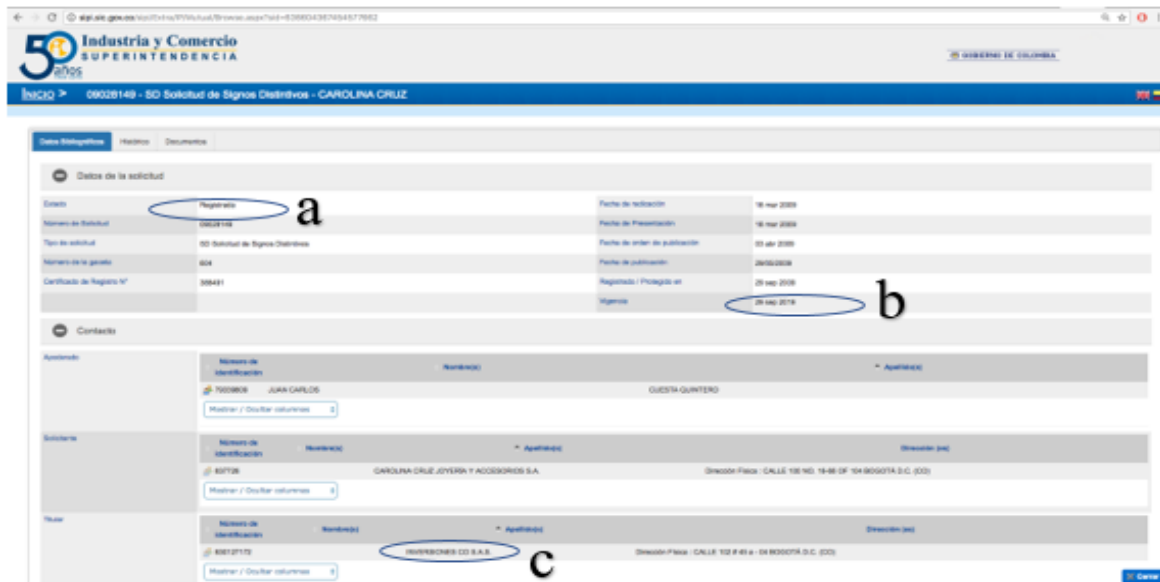
Mostrar / Ocultar columnas

Ordenar los resultados

Con 13 No. 27-00 para 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 10 PDS. 07/08/2000. Call center: 01 (800) 400 1166. Línea gratuita nacional 0800-917146. www.sic.gov.co e-mail: contacto@sic.gov.co Bogotá D.C. - Colombia.

Ilustración 7. Número de Resultados dentro de la página web de la SIC, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

6. En este caso, se debe ingresar en cada expediente para verificar el tipo de signo distintivo, el titular, la duración y los productos o servicios que con él se distinguen.



09028149 - SO Solicitud de Signos Distintivos - CAROLINA CRUZ

Detalles de la solicitud

Estado	Registrado	Punto de inscripción	16 mar 2020
Número de Solicitud	09028149	Punto de Presentación	16 mar 2020
Tipo de solicitud	SO Solicitud de Signos Distintivos	Punto de orden de publicación	03 abr 2020
Número de la gaceta	604	Punto de publicación	26/04/2020
Certificado de Registro N°	38491	Registrado / Protegido en	29 sep 2020
		Vigencia	29 sep 2019

Contacto

Apellido(s)	Número de Identificación	Nombre(s)	Aparentado(s)
	7000808	JUAN CARLOS	CUESTA QUINTERO
Solicitante	84736	CAROLINA CRUZ JOYERA Y ACCESORIOS S.A.	Dirección Física - CALLE 106 NO. 15-46 OF. 104 BOGOTÁ D.C. (202)
Titular	8812712	INVERSIONES CO S.A.S.	Dirección Física - CALLE 102 # 40 a - 04 BOGOTÁ D.C. (202)

Ilustración 8. Verificación de expediente dentro de la página web de la SIC parte 1, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

- a** El estado en que se encuentra el signo distintivo, en este caso ya está registrado.
- b** Hasta cuando tiene vigencia el signo, en el caso hasta el 29 de septiembre de 2019
- c** El titular, es la persona que tiene los derechos sobre el signo.

The screenshot shows the 'Clase(s)' section of the SIC website. It displays the following information:

- Clase(s):** 25
- Descripción de productos y/o servicios:** VESTIDOS, CALZADO, SOMBRERERÍA
- Información del Signo Distintivo:**
 - Tipo de Signo Distintivo:** Mixta
 - Detalles:** Mixta
 - Detalles de la Marca:** Carolina Cruz
- Fecha de inscripción:** 05/09/2012
- Vigencia:** 29/09/2019
- Titular:** Carolina Cruz

At the bottom, there is a table titled 'Clases asociadas' with columns: Nombre de actividad, Tipo de actividad, Tipo de servicio, Traducción/Descripción, Fecha de inscripción, Vigencia, and Titular. The table shows the trademark is registered for Class 25, with a validity period from 05/09/2012 to 29/09/2019, and the owner is Carolina Cruz.

Ilustración 9. Verificación de expediente dentro de la página web de la SIC parte 2, tomado por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

d Los productos y servicios se clasifican con unos números, según la clasificación Niza (clasificación internacional), que van desde el 1 hasta el número 45; en el caso es el número 25.

e Se describe específicamente que productos y/o servicios se registran con el signo; en el número 25 corresponde a unos productos, dentro de los cuales se encuentran los vestidos, el calzado y las sombrerías, para los cuales se registró el signo.

f Determina el tipo de signo que fue registrado o depositado, puede ser una marca, un nombre comercial o una indicación geográfica. En el caso se registró una marca

g La marca puede ser solo letras (nominativa), puede ser una imagen (figurativa), puede ser una mezcla de letras e imágenes (mixta), puede ser un olor (olfativa), puede ser un objeto (tridimensional), puede ser un sonido (sonora) o puede ser una textura (táctil). (Lizarazu, 2014). En el caso, puedes observar que es mixta porque la marca es el nombre Carolina Cruz junto con un logo.

Una vez realizado estos pasos, el interesado puede comprobar si su individualidad ha sido registrada o depositada como signo distintivo.

Si fue registrada o depositada y el titular es la persona que está consultando o alguien autorizado, significa lo anterior que el titular explota comercialmente su individualidad. En caso contrario, se está frente a un uso indebido y no autorizado de la individualidad de una persona, por parte de terceros

A continuación, se explica cada una de las acciones que se pueden interponer. Para efectos prácticos se encuentran organizadas así: el título corresponde al área del derecho a la cual esa acción o acciones corresponden; luego se encontrará un breve cuadro que explica qué tipo de uso no autorizado se puede contrarrestar con esa acción o acciones.

3. Acciones jurídicas para proteger la individualidad

Llegado a este punto, es momento de presentar las acciones judiciales que se pueden interponer y contra cuáles actos protegen las mismas. Antes de esto, se explican los elementos esenciales y las etapas básicas de cada uno de los procesos, con el fin de tener una idea de la protección que otorga la ley.

Por otro lado, es necesario indicar que para la Acción de Tutela, (Decreto No.2591, 1991), para presentar una Oposición al registro de una marca (Desición No.486, 2000) y para presentar una denuncia o querella en la acción penal, (Código Penal Colombiano [CPC], 2000, Art 69 y 71) no se requiere que dichas acciones las interponga un abogado, pues la ley permite intentar directamente las acciones ante la autoridad competente; Sin embargo, para las demás acciones si se requiere contar con un abogado para poder interponerlas. En todo caso, siempre es recomendable contar con la asesoría de un conocedor de los asuntos legales.

Finalmente, el siguiente gráfico es el hilo conductor del Manual. A través de éste, el interesado puede ubicarse en las acciones que se apliquen a un caso concreto

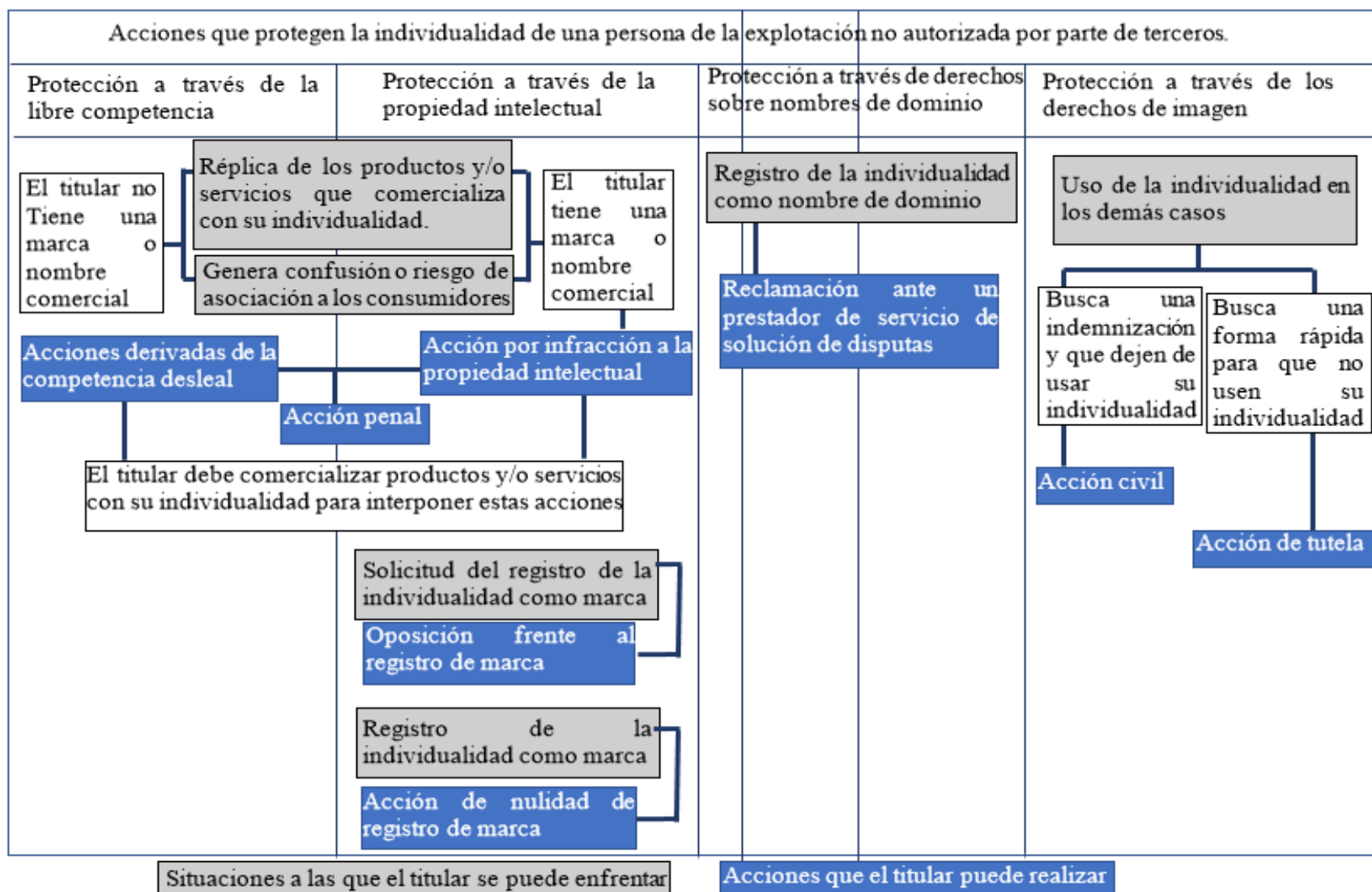


Ilustración 10: Mapa de Acciones de protección a la individualidad de una persona, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

3.1. Protección de la Individualidad de una persona, a través de los Derechos que otorga La Propiedad Intelectual

Para poder conocer cada una de las acciones judiciales que buscan proteger la propiedad intelectual primero se debe saber si se es propietario de bienes intelectuales, para ellos se requiere conocer términos y conceptos básicos.

Como es evidente, el primero de esos términos es el de *Propiedad Intelectual* la cual es un tipo de derechos que recaen sobre bienes intangibles que surgen del trabajo intelectual de una persona.*

Los bienes intangibles puedes entenderlos como aquellos que no se puede tocar, ver o sentir pero de los cuales si se puede apropiar. (Zea, 2009). Aquí habría que aclarar que un bien intangible es inmaterial, pues lo que se protege es la creación, aunque se puedan tener ejemplares, muestras o copias tangibles de los mismos.

Esta propiedad otorga al titular, diferentes derechos dependiendo de la clase de propiedad intelectual que se tenga.

Así, existen **tres clases de propiedad intelectual**: (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017): a) la propiedad industrial; b) Los derechos de autor y derechos conexos, y c) las nuevas obtenciones de variedades vegetales

* Concepto con radicado 14-217297-00001 de la Superintendencia de Industria y Comercio, fecha: 2014-11-10. Info. Ubicada en el punto 3 propiedad intelectual – concepto y generalidades.

3.2. Propiedad industrial.

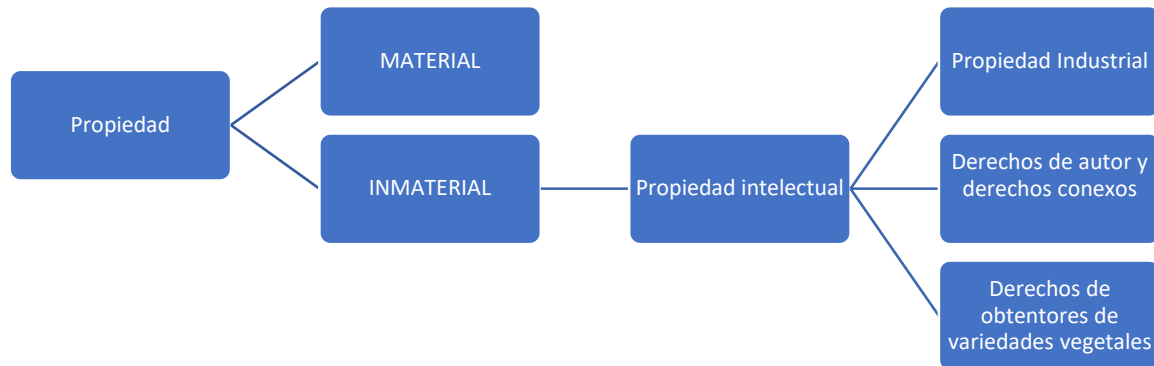


Ilustración 11. Esquema de la propiedad intelectual, basado en (Superintendencia de Industria y Comercio, 2017), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

La propiedad industrial, hace referencia a la propiedad que recae sobre los bienes que, además de ser intangibles, tienen una aplicación en la industria o el comercio, ya sea por su producción o utilización. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), 2016, pág. 4)

De esta forma, al haber registrado su individualidad, como una marca o como un nombre comercial, el titular de la misma le está otorgando una aplicación industrial o comercial, la cual consiste en identificar productos y/o servicios que circulan en el mercado, o identificar al titular de la misma como comerciante, y por consiguiente como titular de signos distintivos.

Pero antes de entrar en el tema de los signos distintivos se deben precisar dos cosas: la regulación y las entidades que protegen a la propiedad industrial.

La regulación de la propiedad industrial, está dada principalmente por tres normas internacionales:

- La Decisión 486 del 2000 de la Comunidad Andina de Naciones: Es la norma fundamental en propiedad industrial. (Lizarazu, 2014). Por otro lado, La Comunidad Andina de Naciones –CAN- es un organismo comunitario, creado por Colombia, Perú, Venezuela y Ecuador, para armonizar las normas y hacer más fácil el comercio entre dichos países. Uno de los aspectos que regula es la Propiedad Industrial. (Comunidad Andina, s.f.)
- El Convenio de París, aplicable a la propiedad industrial, se adoptó con la finalidad de ayudar a los creadores a proteger sus obras. (Lizarazu, 2014)

- El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC): tiene por finalidad “proteger y armonizar las normas concernientes a la propiedad industrial” (Lizarazu, 2014), y ha sido suscrito por más de 100 países.

Hay dos entidades esenciales que protegen la propiedad industrial:

- La Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), la cual es un organismo especializado del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas (ONU), y que tiene por fin administrar los tratados internacionales en el tema (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), s.f.).
- La Superintendencia De Industria y Comercio, es la única entidad a nivel nacional que puede atribuirte y reconocerte derechos de propiedad sobre los bienes industriales intangibles. También está facultada para resolver controversias sobre propiedad industrial y proteger el comercio. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

Una vez están claros estos dos puntos y teniendo en cuenta el concepto de titularidad, es momento de precisar qué son los signos distintivos y qué beneficios se derivan de los mismos.

La propiedad industrial, se divide en dos grandes categorías así:

Los signos distintivos son una forma de propiedad industrial y comprende las marcas, lemas, enseñas, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas, las denominaciones de origen y los signos distintivos notoriamente conocidos. (Varela, 2017). Para el caso en estudio, conceptos como indicaciones geográficas (lugar de origen de los bienes o servicios), o denominaciones de origen (productos que están asociados a una región geográfica de la cual adoptan su nombre), no son aplicables, puesto que aquí estamos hablando de los signos distintivos que se asocian a una persona o un personaje.

En la segunda categoría, nuevas creaciones, se pueden encontrar las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales, los esquemas de trazado de circuitos integrales y los secretos empresariales. (Lizarazu, 2014). Frente a esta categoría, se debe precisar que se protegen creaciones, es decir, objetos creados durante las actividades industriales. Así las cosas, el nombre comercial e imagen no son resultado de un proceso industrial, ni se crea un bien nuevo o un proceso

nuevo, sino por el contrario, lo que se asocia a la personalidad o individualidad de una persona, tiene que ver con los signos distintivos o señas que identifican a un producto o un servicio.

A continuación, se puede apreciar un cuadro resumen de los conceptos tratados:

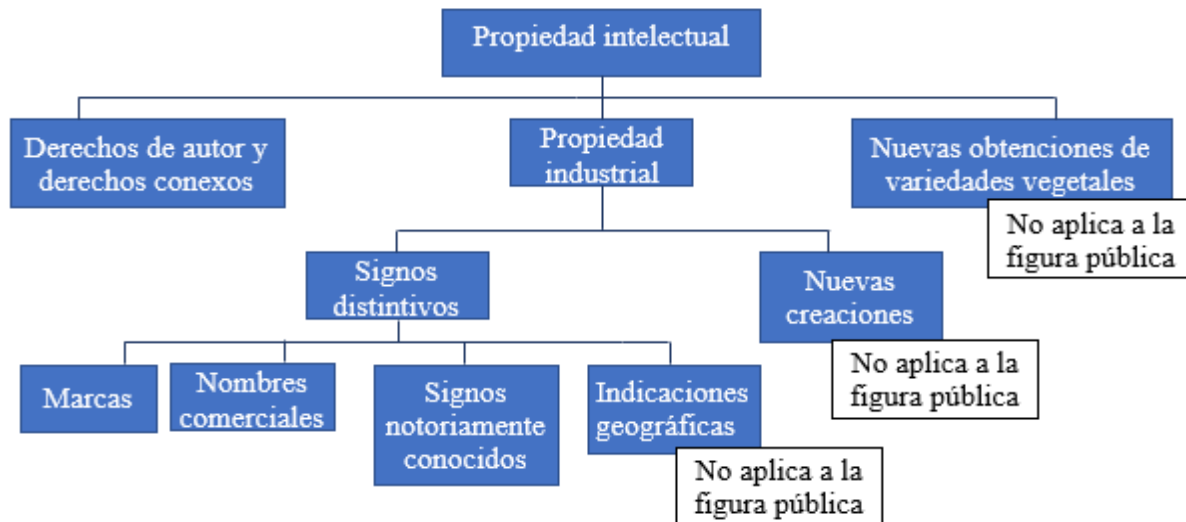


Ilustración 12. Tipos de Propiedad intelectual, con fundamento en el documento de (Lizarazu, 2014), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Finalmente, es importante explicar que los Signos Distintivos permiten identificar al comerciante y su actividad empresarial en los mercados, así como identificar el lugar donde realiza sus actividades y los productos y/o servicios que ofrece a los terceros, es decir, “aquellos que sirven para identificar un producto o servicio frente a otro, a un comerciante, a un establecimiento de comercio o a una empresa” (Varela, 2017, pág. 164)

De esta manera, a continuación, se hace una referencia a aquellos signos distintivos que se relacionan o pueden relacionar con la individualidad de una persona:

3.2.1. Marcas.

La marca ha sido definida como “cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado” (Decisión No.486, 2000, Art.148), o en otras palabras es “un signo o una combinación de signos que diferencian los productos o servicios de una empresa de los demás” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), 2016, pág. 15)

En este sentido, una marca puede ser cualquier cosa que pueda servir de seña o ideograma que permita detallar, particularizar o distinguir algo. Una serie de caracteres que distingue un bien de otro. Puede consistir en un olor, un sonido, una imagen, una palabra inventada, una palabra ya existente, un color delimitado, que reflejen o evoquen o incluso la individualidad de una persona; Así pues, se pueden distinguir los productos o servicios que el titular o autorizado comercializa en el mercado, con su individualidad, y descubrir a aquellos que usan, sin autorización, dicho signo distintivo denominado como: marca.

Así mismo, para poder excluir a los demás del uso de una marca, y que sea exclusiva del titular de la marca, se debe agotar el proceso de registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) y obtener así el registro de la misma. (Decisión No.486, 2000, Art.138) Este proceso de registro de marca se compone de varias etapas y puede resumirse así:

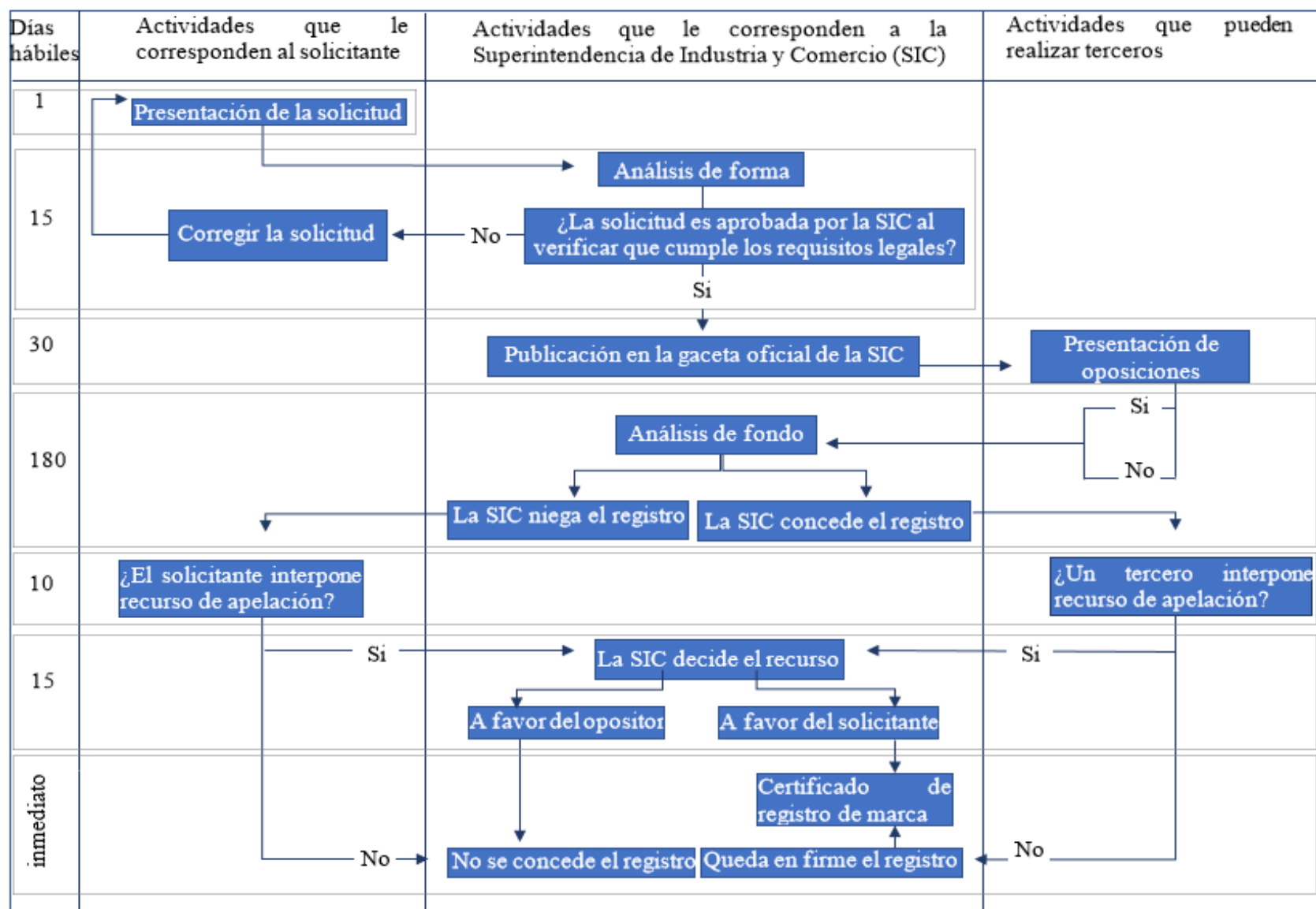


Ilustración 13. Etapas del proceso de solicitud de marcas, Adaptado de (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

1. Presentación de la solicitud

Ésta se puede radicar a través de Internet o directamente en las oficinas de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el formato preestablecido por la misma entidad. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.) Con la misma solicitud, se debe allegar copia del recibo de pago de los derechos de registro.

En este petitorio o solicitud se debe especificar en qué consiste el signo; se debe aclarar qué tipo de signo es (si consiste en un nombre, un dibujo o se trata de un signo mixto); se debe indicar en qué clase de la clasificación Niza se ubican los bienes o servicios que ampara la marca. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

La Clasificación Niza son unos códigos internacionales que indican qué productos y/o servicios se van a identificar con la marca; (Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI), 2017) Así, por ejemplo, si el titular de la marca es una figura pública, porque participa en el mundo del entretenimiento, y/o presta servicios teatrales o shows de televisión, o cualquier otra forma de entretenimiento, dichos bienes o servicios que se identifican con la individualidad del titular, corresponden a la Clase 45 de la Clasificación de Niza. (para ver la clasificación completa del año 2018 se puede dirigir al siguiente enlace: <http://www.wipo.int/classifications/nice/es/>).

Finalmente, en la petición se debe indicar el nombre, dirección, correo electrónico y demás datos que identifican y ubican al peticionario.

2. Análisis de forma

En este paso, una vez radicada la solicitud, la SIC tiene quince (15) días hábiles para analizar si la petición cumple con todos los datos indicados en el punto anterior. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.1)

3. Corrección de la Solicitud

En caso de que la solicitud no cumpla los requisitos mínimos, no será admitida por la SIC, y otorga un plazo máximo de 60 días para corregirla sin tener que pagar nuevamente la tasa por el registro. Si en esos 60 días no se corrige la solicitud la misma Superintendencia la dará por desistida. Si por el contrario es corregida, nuevamente debe ser validada por la SIC. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.1)

4. Publicación en la Gaceta Oficial de La SIC

Si la solicitud cumple los mínimos requeridos, pasa a la siguiente etapa, que consiste en que la solicitud debe ser publicada por Internet en la plataforma y en las oficinas físicas de la SIC por 30 días, con el fin de que, en ese tiempo, terceros que pueden verse afectados con el registro, puedan oponerse a la solicitud. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

5. Presentación de oposiciones

Si un tercero se ve afectado con la solicitud que alguien hace para registrar una marca puede presentar una oposición ante la misma SIC. Es decir, el tercero debe impetrar un documento de oposición en el cual evidencie el por qué le afectaría el registro de la marca y debe explicar los motivos jurídicos por los cuales considera que el registro de esa marca debe ser negado. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.3)

6. Si un tercero presenta oposición, la SIC otorga al solicitante de la marca un plazo de treinta (30) días para controvertir los argumentos del opositor.

7. Análisis de Fondo

Pasado un plazo de sesenta (60) días, si se presentó la oposición, o 30 días si no, contados a partir del día siguiente de la publicación en la gaceta, la SIC inicia el análisis de fondo de la solicitud, el cual tienen una duración máxima de 180 días.

Éste análisis es un estudio para decidir la procedencia, o no, del registro de la marca. Para el efecto, la SIC debe verificar que no se presente una de las causales de irreregistrabilidad o analizar los argumentos de la oposición presentada (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.6)

Las causales de irreregistrabilidad, son unas prohibiciones específicas para el registro de marca, con el fin de evitar que vulnere los derechos de los consumidores, los confunda o afecte los derechos de terceros. Una causal de irreregistrabilidad muy común es la que consiste en que, si la marca afecta la identidad o prestigio de personas, o si la marca identifica a una persona que es reconocida por el público, y es una persona diferente al solicitante, dicha solicitud debe ser rechazada y por tanto no puede ser registrada la marca, salvo que se acredite el

consentimiento de esa persona o, el de sus herederos, en caso de que hubiese fallecido. Esta causal es explicada en el acápite de oposición. (Decisión No.486, 2000, Art.106, literal e)

8. La SIC niega el registro

Si la SIC considera que los argumentos de la oposición son válidos, o que la marca está en una causal de irreregistrabilidad, niega la solicitud de registro. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

9. La SIC concede el registro

Si, por el contrario, considera que los argumentos del solicitante son válidos o que la marca no está incurso en ninguna causal, procede a aceptar la solicitud.

10. Apelación del solicitante

En el caso de ser negada la petición de registro de la marca, el solicitante puede interponer el recurso de apelación dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la decisión. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.) La apelación consiste en que el superior de quien tomó la decisión la revise con el fin de revocar, modifica o confirmar la decisión del funcionario administrativo que negó el registro. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.) En la formulación del recurso de apelación, el solicitante debe especificar por qué considera que la decisión no es correcta.

11. Apelación del opositor

Si, por el contrario, la solicitud es aprobada y se presentaron oposiciones, es el opositor quien resulta afectado, y por tanto es el quien puede interponer el recurso de apelación dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la decisión, explicando los motivos por los cuales considera que la decisión no es acertada, y como consecuencia debe ser modificada por el superior. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

12. A favor del solicitante

Si se presentaron recursos de apelación y la SIC decidió a favor del solicitante o si no se presentó apelación alguna por parte de un opositor, la SIC debe proceder a registrar la marca. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.8)

13. Certificado de registro de marca

Finalmente, en este caso, la SIC emite un certificado de registro. Esto es un Acto Administrativo concediendo los derechos sobre la marca. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.8).

14. No se concede el registro de marca

Por otro lado, si se presentaron apelaciones y la SIC decidió a favor del opositor, o si no se presentó apelación por parte del solicitante, la SIC niega el registro de la Marca. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, parr.8).

3.2.2. Nombre comercial

El nombre comercial ha sido entendido como aquel mediante el cual se conoce o reconoce a un comerciante en el medio; (Rengifo, 2013); ya no se habla de distinguir productos o servicios, como en la marca, sino de distinguir a quien los comercializa.

Así pues, el nombre comercial no tiene que ser obligatoriamente igual a la denominación o razón social de la sociedad. De otra parte, una persona, ya sea natural o jurídica, puede tener varios nombres comerciales.

Tabla 1: Diferencias y similitudes

Diferencias y similitudes entre una marca y un nombre comercial	
Marca	un nombre comercial
Capacidad de distinguir	
Diferenciar productos / servicios	Diferencias y similitudes entre una marca y un nombre comercial
Solo se adquieren en derecho si se registra	Se adquieren derechos si se usa
Se debe solicitar el registro a la SIC	Se debe depositar, es decir informar a la SIC de su uso
La SIC es la encargada de su protección	

NOTA: Descripción de las principales características entre marca y nombre comercial, Adaptado de (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

En el caso del nombre comercial, éste no se registra, sino que, por el contrario, se deposita, con el fin de tener derechos sobre el mismo. (Decisión No.486, 2000, Art.191 y 193). Obviamente, este

derecho consiste, primordialmente, en poder impedir a terceros no autorizados a utilizar el mismo signo distintivo.

3.2.3. Acción por infracción de derechos de propiedad industrial.

Ahora es momento de conocer la acción judicial que la ley otorga a un personaje o persona con reconocimiento público, para proteger su individualidad cuando ésta está registrada como marca o depositada como nombre comercial. Esta acción se denomina: Acción por Infracción de Derechos de Propiedad Industrial.

Esta acción la puede interponer el interesado ante la SIC o ante un juez civil, (Código general del proceso, 2012, Art.19, 20 y 24), pero para este caso, siempre debe ser a través de un abogado. La acción se puede interponer, cuando una persona no autorizada:

- Replica la marca o nombre comercial del titular, ya sea usándolo en productos y/o servicios y creando etiquetas, envases o publicidad.
- También, cuando se genera confusión o riesgo de asociación, esto significa que el tercero trata de asociar al titular con su producto o utiliza una marca o nombre similar al del titular con el fin de confundir al consumidor final de los bienes o servicios. (Decisión No.486, 2000, Art.155 y 156).

Es importante aclarar que esta herramienta se puede utilizar cuando se es el titular de la marca, o el depositario del nombre comercial, es decir, cuando se trata de la persona que ha registrado la marca o depositado el nombre comercial. (Decisión No.486, 2000, Art.238).

En este momento, se debe saber que la justicia civil en Colombia es rogada, esto significa que cuando alguien afecta un derecho, es el directamente afectado o sus herederos quienes deben solicitarle al juez la protección que depende de lo que se quiere conseguir con el proceso., (Código general del proceso, 2012, Art.8)

Así, pues, por lo general se puede solicitar al juez que, si encuentra culpable al demandado, ordene determinadas medidas, para el caso pueden ser las siguientes:

Tabla 2. Procedimiento de acciones judiciales ante un juez

Situación que te afecta	El objetivo de la acción	Le puedes solicitar al juez (pretensiones)...
Réplica de la marca o nombre comercial. Genera confusión o riesgo de asociación.	Evitar que genere daño o un perjuicio al titular	Que le ordene al tercero dejar de realizar éstos actos.
		Que prohíba la importación o exportación de los productos y/o servicios
		Que ordene el retiro de los productos y/o servicios del mercado
	Que repare al titular por los daños causados	Que se destruyan los productos y/o servicios
		Que le ordene indemnizar al titular por los daños y perjuicios que le causó
	Evitar que continúe con sus actos	Que cierre temporal o permanente de su establecimiento
	Evitar que terceros se vean afectados	Que publique la sentencia que lo condene

NOTA: Descripción de las medidas que se pueden solicitar ante un juez relacionados con la réplica de marca o nombre comercial, Adaptado de (Decisión No.486, 2000, Art. 241), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Respecto de las pretensiones también se debe saber que se pueden formular varias de ellas en la misma demanda, lo importante es que sea posible que el juez pueda aplicarlas todas al mismo tiempo en la sentencia. (Código general del proceso, 2012, Art.88). Por ejemplo, no se puede solicitar al juez que cierre temporalmente el establecimiento de comercio y al mismo tiempo que lo cierre definitivamente, porque materialmente es imposible. Sin embargo, se puede pedir al Juez que cierre definitivamente el establecimiento y que si no está de acuerdo con esa solicitud lo cierre temporalmente.

Otro punto que se debe tener en cuenta es el tiempo en el cual se puede interponer la acción. Así, no deben haber pasado más de dos años desde la fecha en la cual se tuvo conocimiento de la infracción, con la condición de que no pueden haber pasado más de 5 años desde que se cometió la infracción por última vez. (Decisión No.486, 2000, Art.244).

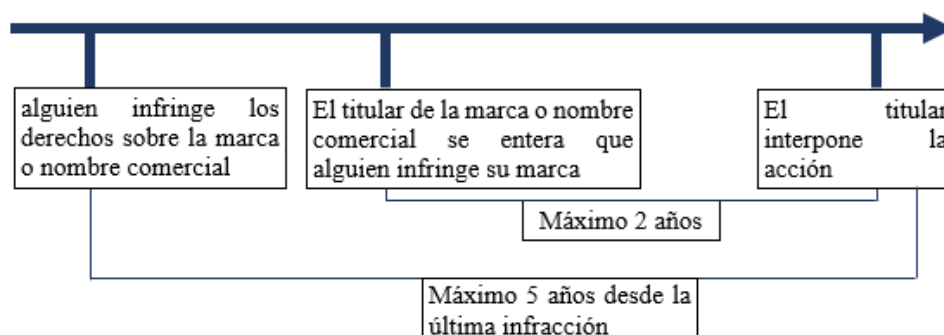


Ilustración 14. Periodo para interponer acciones judiciales, Adaptado de (Decisión No.486, 2000, Art.244), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Aclarado estos puntos, el proceso de una acción por infracción se tramita a través del proceso verbal (Bonnett, 2018) y a rasgos generales consta de las siguientes etapas:

3.2.3.1. Proceso Verbal

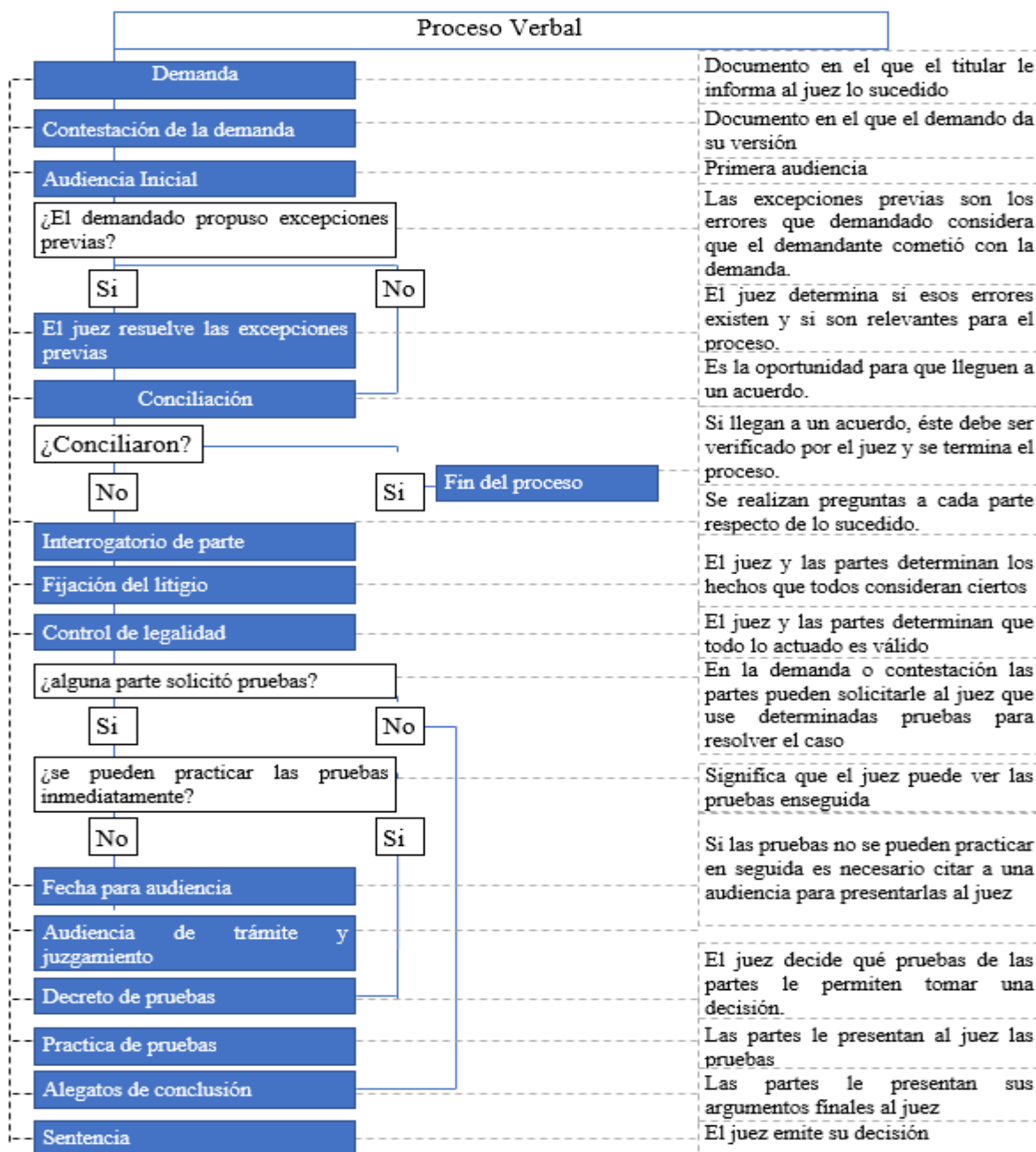


Ilustración 15. Descripción del proceso verbal relacionado con propiedad intelectual, Adaptado de (Código general del proceso, 2012, Art.372 y 373), Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Por otro lado, la Ley reconoce que los procesos judiciales toman tiempo y mientras se resuelven puede que se haya causado un perjuicio al reclamante, que se podría haber evitado si la justicia hubiera actuado en su momento. Por este motivo, la Ley permite al demandante que, en unos casos especiales, pueda solicitar medidas provisionales de urgencia, (Decisión No.486, 2000, Art.245), aún en el caso de no formularse en debida forma la demanda. Es decir, antes de que el Juez conozca la demanda.

Estas medidas se adoptan con carácter urgente y son diferentes, en su formulación, a las medidas cautelares que se adoptan dentro de un proceso y cuya formulación se hace junto con la demanda. En este caso particular, el solicitante puede pedir que: (Decisión No.486, 2000, Art.246):

- El posible demandado (el tercero no autorizado) deje de realizar los actos que generan la posible infracción
- El posible demandado retire del comercio los productos que contengan la marca
- El eventual demandado no pueda importar o exportar los productos que contengan la marca
- El posible demandado deba constituir una garantía
- El juez ordene el cierre temporal del establecimiento de comercio.

Vale aclarar, que todo debe justificarse suficientemente ante el Juez, porque como éste no conoce sino la versión de los hechos contenida en la solicitud, él debe cerciorarse de dos cosas: (Decisión No.486, 2000, Art.247): a) que haya una gran probabilidad de que la infracción existe, y b) que es indispensable, necesario y urgente decretar la medida.

Por este motivo, la Ley requiere al solicitante que allegue unos elementos de juicio, con el fin de que el Juez compruebe o verifique que sea probable que existe la infracción, es decir de que el demandante tiene la razón; Así pues, los elementos que se debe acompañar a la solicitud de medidas cautelares, como mínimo, son: (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.):

- La Resolución o Acto Administrativo mediante la cual se concedió la marca o se depositó el nombre comercial
- Una demostración de la titularidad de esa marca, nombre comercial o que se está autorizado para ello
- Pruebas suficientes de la infracción

Respecto al segundo elemento que debe verificar el Juez para decretar la medida, se establece en la ley que se debe demostrar que el decreto de la medida es indispensable cuando su objeto es evitar una infracción a los derechos del demandante, evitar que se genere un daño, se extiendan los mismos o tiene por fin conservar pruebas, y asegurar la efectividad de la acción. (Decisión No.486, 2000, Art.245) La efectividad de la acción se refiere a que la decisión de la sentencia pueda ser ejecutada.

Es de aclarar, que, si esta medida es concedida o decretada, durará el tiempo que el juez considere necesario; por lo general, hasta que éste decida sobre la demanda por infracción. Esta demanda se debe interponer dentro de los dos días siguientes a cuando se solicite la medida, pues de no presentarse en dicho plazo, las medidas se cancelan de inmediato. (Decisión No.486, 2000, Art.248).

3.2.3.2. Presentación de oposiciones durante el proceso de registro de una marca.

Esta, quizá, es una de las herramientas más sencillas que puede interponer la persona que se sienta lesionada con un actuar indebido, ya que es un proceso rápido y no está cargado de tantos formalismos. Sin embargo, aplica solo para un caso específico y debe ser muy bien argumentado. Así pues, el caso específico en el cual opera es: si el titular del derecho se entera de que alguien ha solicitado el registro de su individualidad como marca, y aún la SIC no ha concedido el derecho de propiedad industrial. En este caso, el titular puede formular una oposición, siempre y cuando, en el proceso de registro de la marca se haya verificado la publicación del petitorio en la Gaceta de Propiedad Intelectual. (ver atrás)

A fin de hacer más práctica la explicación de esta herramienta se va a realizar a través de un ejemplo:

Imaginemos que una persona se entera que un tercero no autorizado llamado Juan Pérez, solicitó el registro de la individualidad de aquella persona, como marca. Una vez el titular de la individualidad se entere de esto debe ingresar a la página web de la SIC y consultar, en la Gaceta de Propiedad Intelectual con su nombre, si hay una solicitud de registro. En caso afirmativo se debe revisar el estado en que se encuentra el trámite de registro. Si se encuentra en estado de publicación, el titular puede formular una oposición.

En caso contrario, habría que continuar leyendo este manual para encontrar la herramienta idónea en cada caso.

Una vez verificado que la solicitud de registro se encuentra en etapa de publicación es momento de preparar el documento mediante el cual se va a formular la oposición.

Como ya se pudo leer anteriormente, este proceso no requiere de tanto formalismo como suele suceder en el mundo jurídico. Por tanto, a continuación, la explicación se va a centrar en los argumentos que se deben exponer para que se pueda evitar el registro de dicha marca.

Para que se puedan exponer los argumentos correctamente, primero se debe entender a cabalidad el tema. Así pues, ya se conoce que las marcas son una forma de propiedad intelectual, específicamente propiedad industrial y que tienen por finalidad distinguir, identificar y diferenciar determinados productos y servicios que se comercializan en el mercado. También se sabe ya, que la individualidad está compuesta por la imagen y el nombre, y que ambos elementos expresan a la persona, lo que es, es decir, reflejan la personalidad, la dignidad de la persona.

En este sentido, resta por decir que dicho aspecto de la dignidad se protege legalmente a través del derecho a la imagen y a la personalidad jurídica. Este derecho puede ser resguardado desde diversas normas, leyes y ámbitos jurídicos debido a la importancia que representa para el individuo.

Por esto, la Decisión 486 de 2000 en su artículo 136 protege este derecho, con el fin de impedir que la individualidad de una persona (tanto natural, como jurídica) sea utilizada arbitrariamente con fines comerciales, específicamente como marca, y establece varios requisitos para que su titular pueda ser amparado en caso de que alguien quiera registrar dicha individualidad como marca: (Decisión No.486, 2000, Art.136, literal e)

- El primer requisito es que la marca que se pretende registrar consista en un nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura.
- Lo segundo es que el signo afecte la identidad o prestigio de dicha persona.

Así pues, se dice que afecta la identidad o prestigio de una persona, cuando alguien, no teniendo derecho sobre un nombre, apellido, firma, imagen, etc., solicita el registro de los mismos como

marca propia. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 403-IP-2015, 2015, punto 4)

No obstante, si resulta que el solicitante tiene el mismo, nombre, apellido, etc., que el personaje público connotado, este solicitante debe asegurarse que los consumidores, al escuchar o ver dicha individualidad, puedan distinguir que no se trata de algo vinculado con la persona connotada y si esto se verifica, esa persona está en el derecho de registrar esa marca. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 60-IP-2012, 2012, punto 1)

Entonces, en otras palabras, si se logra probar que el solicitante no tiene el mismo nombre o apellido, de la persona con connotación pública, o que teniéndolo los consumidores al escuchar la marca la relacionan con esta persona connotada y no con el solicitante, se puede demostrar que si se registra el signo se va a ver afectado la identidad o el prestigio de dicho personaje y por tanto, se puede oponer a que se registre dicha marca.

De esta forma, ya se debe tener claro lo que hay que argumentar en el caso de que una persona no autorizada y que se identifica de una forma diferente al titular de los derechos y la individualidad, solicita el registro de la individualidad ajena, y el argumento es sencillo: la Decisión 486 de 2000 en su literal e) considera que no se puede registrar una marca cuando afecte la identidad o prestigio de una persona. En el caso en estudio, el solicitante lo hace cuando trata de registrar una marca que consiste en un signo que representa la individualidad de una persona con connotación pública (ya sea nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura) y por tanto el sector pertinente del público (los consumidores) va a confundirse o va a asociar dicha marca con la individualidad de un personaje público.

En caso de que el solicitante se llame igual a la persona con connotación pública o su individualidad sea similar al de aquella, el argumento que debe esgrimir el personaje público es que en el medio en que se desempeña, (es decir los consumidores), reconocen al personaje público a través de esa individualidad y que esa asociación o confusión va a afectar la identidad o prestigio de dicho personaje*.

* Resolución 43097 de 2016 de La superintendencia de industria y comercio

Ahora bien, si la individualidad de dicho personaje público ya fue registrada por su titular, como marca o es usada como nombre comercial, adicionalmente el titular puede argumentar que esa marca, que se pretende registrar, es idéntica o similar a la marca o nombre comercial ya registrado. (Desición No.486, 2000, Art.136, literal a y b). En este evento, es requisito que se pruebe al juez que la marca que se pretende registrar por el tercero induciría al error a los consumidores, toda vez que les puede hacer creer que existen vínculos entre ellos. Lo anterior lo establece el artículo 136 literal a) si se tiene una marca, o literal b) si se tiene un nombre comercial.

Finalmente, si la marca registrada o nombre comercial depositado es altamente conocido por los consumidores, los distribuidores o compradores de los productos o servicios amparados con la marca, o los círculos empresariales donde interactúa el titular de la marca, éste tiene una protección especial, puesto que en estos casos se puede apelar a que se trata de un Signo Distintivo Notorio o notoriamente conocido. (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

En este caso, si la marca que el tercero no autorizado quiere registrar es idéntica al signo de propiedad de un personaje de connotación pública, o similar, y puede generar confusión en el público o hace que dicho signo sea menos distintivo o se aproveche de forma injusta del prestigio de aquella persona, dicha solicitud incurre en la causal de irregistrabilidad h) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, y por tanto se debe argumentar y probar alguno de esos tres eventos para evitar su registro.

Adicionalmente, se debe anexar pruebas que constaten los argumentos para evitar el registro que pueden ser documentos, testimonios, pruebas de expertos, o cualquier medio que permita verificar las objeciones

3.2.3.3. Acción de nulidad relativa de registro de marca.

Esta acción es un poco más compleja y la puede usar el interesado cuando su individualidad fue registrada como marca, ya sea porque presentándose una oposición, esta fue negada, o porque sin presentarse oposición alguna, la SIC, consideró procedente el registro. (Desición No.486, 2000, Art.172, inciso 2).

Esta acción se debe interponer ante el Consejo de Estado (Código de Procedimiento Administrativo y de lo contencioso Administrativo [CPACA]., 2011, Art.148, numeral 8) y su

objetivo principal es que se declare que el registro de la marca es nulo porque afecta los derechos de un titular de una individualidad. (Desición No.486, 2000, Art.172, inciso 2).

Los argumentos son similares a los que se pueden usar en una oposición al registro de una marca, y se fundamentan en la misma norma legal, la Decisión 486 de la CAN artículo 136 literal e). El precepto legal dispone que la marca que se registró consiste en el nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura de una persona con connotación pública y dicho registro de marca afecta la identidad o prestigio de ésta.

Sin embargo, si se tiene una individualidad registrada como marca o ésta se usa como nombre comercial, el titular puede argumentar adicionalmente, que esa marca es idéntica o similar a su marca o nombre comercial, en cuyo caso se debe probar que la marca registrada por el tercero induce al error a los consumidores ya que estos pueden creer que el personaje con connotación pública es el titular de la marca, de los productos o servicios o se tiene algún vínculo o asociación con ella. (Desición No.486, 2000, Art.136, literal a)

Por otro lado, si la individualidad de una persona con connotación pública es un signo notoriamente conocido, esta persona puede argumentar, además de los dos puntos ya mencionados, que el registro de esa marca puede generar confusión en el público, puede hacer que el signo pierda distintividad o que es un acto de aprovechamiento indebido de su reputación. (Desición No.486, 2000, Art.136, literal h)

Ahora, esta acción se puede interponer si no han pasado más de 5 años de la fecha del registro, (Desición No.486, 2000, Art.172, inciso 2) en caso de que este tiempo haya transcurrido, se pierde la oportunidad para interponer la acción.

Queda por decir que el procedimiento de esta acción es regulado de forma parcial por el artículo 172 de la Decisión 486 de la CAN y el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo. (Consejo de Estado, Rad.: 11001-0324-000-2011-00282-00, 2017); (Desición No.486, 2000, Art.276)

Sin embargo, el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo entró en vigencia en el 2012 (Consejo de Estado, Número Único: 11001-03-06-000-2013-00517-00, 2014) y los fallos respecto de la nulidad de un registro de marca suelen tomar aproximadamente

7 años, (Merizalde, 2017, parr.7), por ese motivo no hay una interpretación judicial que permita explicar de forma clara el proceso de esta acción en la actualidad

3.2.4. Protección de la Individualidad de una persona a través del Derecho a la Leal Competencia

El mundo del comercio se mueve por un principio clave, la confianza, principio que es protegido a través de las normas de la libre y leal competencia, las cuales determinan que las personas que participan en el comercio deben actuar de buena fe; (Ley 256, 1996, Art.7) esto implica, que sus relaciones deben estar siempre cubiertas por la legalidad y la seguridad de estar actuando de forma correcta.

Por este motivo, la ley 256 de 1996, también llamada ley de competencia desleal, reprocha y sanciona a todo aquel comerciante que no actúe dentro de los estándares de buena fe.

Ahora, respecto de la individualidad, cuando se es una persona que participa en el comercio explotando su individualidad y un tercero no autorizado utiliza dicha individualidad con el fin de generar un beneficio para sí o para otro, sabiendo que esa conducta no es correcta, está vulnerando los principios de la libre y leal competencia. (Ley 256, 1996, Art.7, inciso 2)

Como consecuencia, la ley comercial determina que este tercero debe responder por los daños causados como consecuencia de esa conducta contraria a los principios del derecho comercial. (Ley 256, 1996, Art.20, numeral 1)

Esta conducta del tercero no autorizado debe estar enmarcada en alguno de los actos que la ley considera como competencia desleal. Así, el acto por excelencia es el de explotación de reputación ajena, y se cumple si el tercero: (Ley 256, 1996, Art.15)

- a. Se aprovecha de la ventaja industrial, comercial o profesional que ha adquirido en el mercado esta persona con connotación pública.
- b. Si el aprovechamiento lo hace con el fin de conseguir un beneficio para sí o para otra persona

Si la conducta del tercero se enmarca en estos dos elementos el afectado, titular de la individualidad, puede interponer alguna de las siguientes dos acciones, dependiendo de la situación específica en la que se encuentre:

3.2.4.1. Acción declarativa y de condena.

Su finalidad esencial es que el tercero no autorizado detenga esos actos que perjudican al titular de la individualidad, así como sus efectos, y que se indemnicen los perjuicios generados. (Ley 256, 1996, Art.20, numeral 1)

Esta acción se debe interponer dentro de los dos años siguientes al momento en el cual se conoce el hecho de competencia desleal, siempre y cuando, no pasen más de tres años desde la ocurrencia del hecho. Los dos términos deben ser conjugados, puesto que, si no se cumplen al mismo tiempo los dos, el interesado pierde la posibilidad de obtener una sentencia favorable. (Ley 256, 1996, Art.23)

3.2.4.2. Acción preventiva o de prohibición.

Esta acción se puede interponer si el titular considera que puede ser afectado por actos de competencia desleal, y su pretensión debe ser enfocada a solicitarle al Juez que evite la realización de esa conducta. (Ley 256, 1996, Art.20, numeral 2)

Cualesquiera de estas dos acciones se deben interponer ante un Juez Civil del Circuito o ante la Superintendencia de Industria y Comercio. (Ley 256, 1996, Art.24); (Código general del proceso, 2012, Art.24). Cuando se acuda a la jurisdicción ordinaria civil, el juez competente es el del lugar donde el demandado tenga su establecimiento de comercio. En caso de que no lo tenga, se debe demandar ante el Juez del domicilio del demandado y, a falta de este, será competente el juez de su residencia habitual. (Ley 256, 1996, Art.25)

No obstante, lo anterior, “a la elección del demandante, también será competente el juez del lugar donde se haya realizado el acto de competencia desleal; y, si éste se ha realizado en el extranjero, el del lugar donde se produzcan sus efectos” (Ley 256, 1996, Art.25, parrafo 2)

Si la indemnización que se solicita o las pretensiones equivalen a más de 40 SMLMV el trámite indicado recibe el nombre de proceso verbal (Código general del proceso, 2012, Art.25 y 368) y sus etapas están explicadas en el gráfico “proceso verbal” ubicado en la página 40

Si la indemnización solicitada o las pretensiones equivalen a 40SMLMV o menos, el trámite indicado recibe el nombre de proceso verbal sumario, (Código general del proceso, 2012, Art.25 y 390) y consta de las siguientes etapas:

3.2.4.3. Proceso verbal sumario.

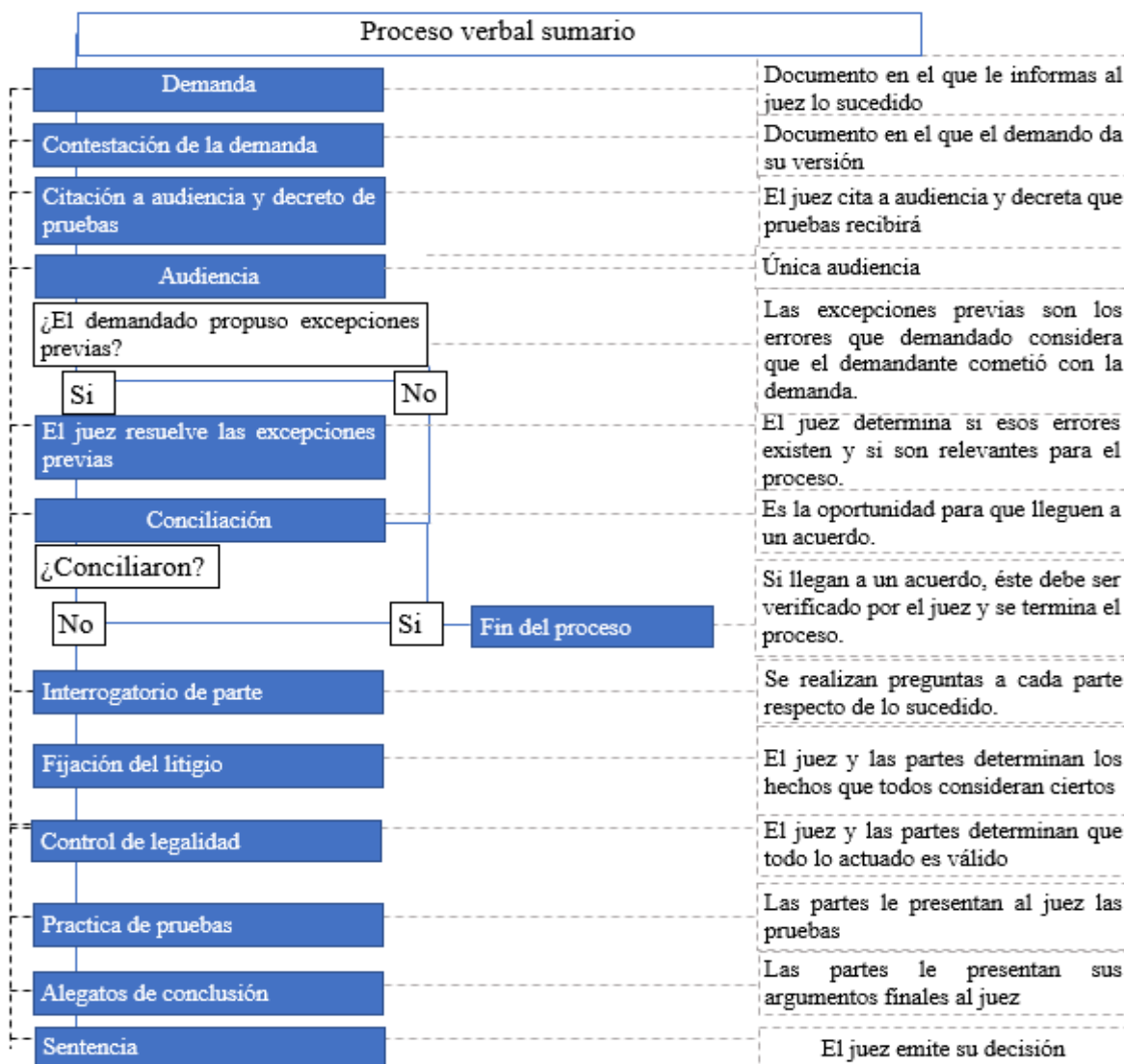


Ilustración 16. Descripción del proceso verbal sumario relacionado con propiedad intelectual, Adaptado de (Código general del proceso, 2012, Art.372, 373 y 392), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Según el cuadro inicial, hay una acción penal para proteger tu individualidad a través de la propiedad industrial, el derecho a la libre y leal competencia y el derecho a la imagen y

personalidad jurídica, debido a esto, ésta acción es explicada en el acápite correspondiente a la protección de tu individualidad a través del derecho a la imagen y personalidad jurídica

3.3. Protección de tu Individualidad a través de los Derechos sobre Nombres de Dominio.

El nombre de dominio es la representación de un número (también denominado IP por sus siglas en inglés) que a su vez es una dirección única que ubica la información en la web; (Peña, 2001, pág. 29) así como una casa está en una ubicación determinada identificada por una dirección, por ejemplo carrera 1 No. 2 – 9, la información que se encuentra en la web necesita ser ubicada, esto se logra a través de una dirección única la cual se denomina IP. Sin embargo, la IP está compuesta por un grupo de números de difícil recordación, razón por la cual es que aparecen los nombres de dominio como una forma de reemplazar las IP para facilitar su recordación por parte del público. (García, 2002, pág. 57)

Una vez entendido esto, hay que saber que el nombre de dominio está compuesto por tres partes:

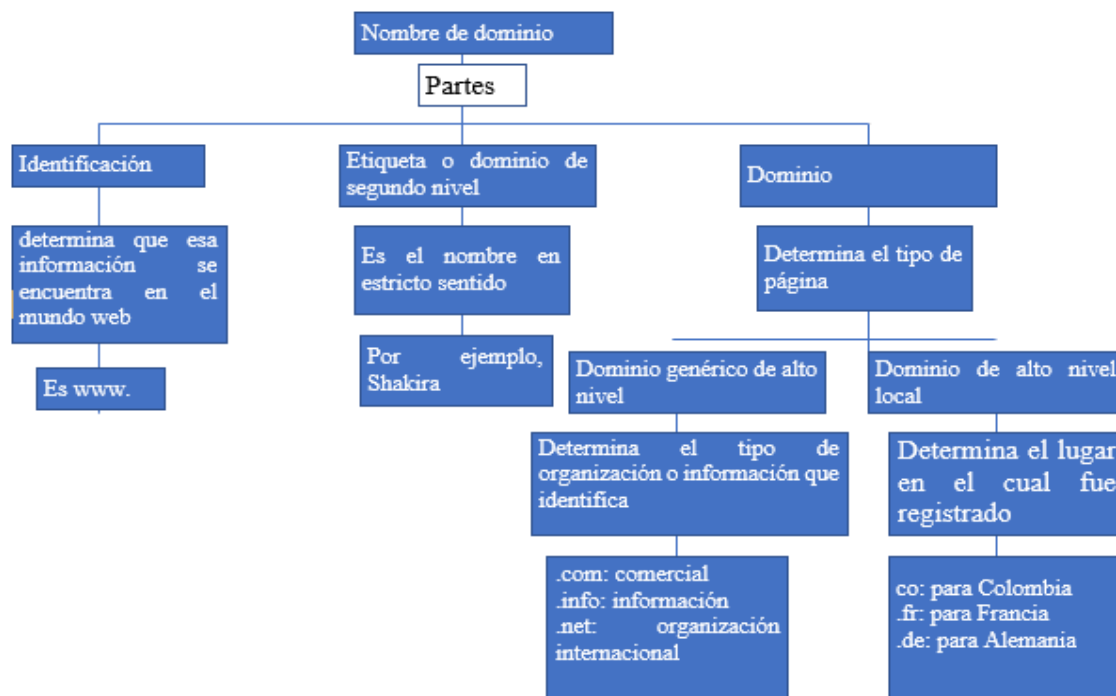


Ilustración 17. Descripción de las partes del nombre de dominio, Adaptado de (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), 2010), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Es importante entender que una etiqueta puede ser usada con diferentes dominios, (Miguel Asensio, 2002, pág. 46) así se puede decir que el nombre de dominio www.ejemplo.com puede

co-existir con el dominio www.ejemplo.org, toda vez que al tener caracteres diferentes (el .com y el .org) son direcciones diferentes, pues su ámbito de acción es diferente. Aun así, no es posible es que existan dos páginas de internet denominadas igual.

3.3.1. Reclamación ante un Operador de Servicios de Resolución de Disputas

Respecto de la protección de la individualidad de una persona, si un tercero no autorizado la registra como nombre de dominio, aquel puede interponer una reclamación, puesto que se hace un uso indebido de la misma. (García, 2002, pág. 205) Para solucionar este conflicto se aplica lo siguiente:

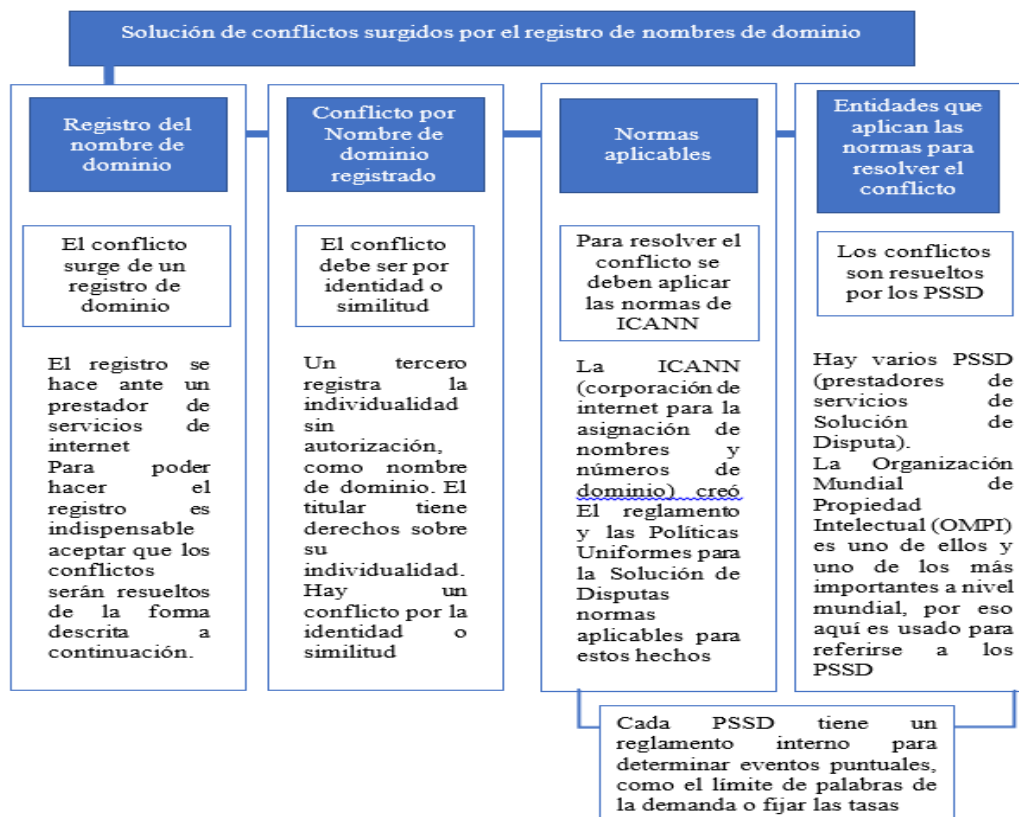


Ilustración 18. Pautas de solución de conflicto entre las partes por nombres de dominios, Adaptado de (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), 2010), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Tabla 3. Proceso de reclamación y resolución de disputas

Etapa	Explicación de etapa	Contenido	Especificaciones	Detalle		
Presentación de la demanda	Es un documento en el cual el titular de la individualidad exponer las circunstancias que generan el conflicto y los motivos por los cuales considera que se ha afectado su derecho	Identificación y notificaciones	Del reclamante	nombre, cédula, dirección física y electrónica		
			La del reclamado	nombre, cédula, dirección física y electrónica		
			Del registrador	Especificar quien es el registrador		
			Del ND	Especificar cuál es el ND que es objeto del conflicto		
			De la individualidad	El titular debe demostrar:	Que es ampliamente reconocido	
					Que las personas lo reconocen o asocian con ese ND	
		Argumentos de la reclamación	El ND es idéntico o similar a tu marca	La norma habla de marca, pero en el caso es individualidad	Debe demostrar que el ND es igual o similar a su individualidad, al punto de generar confusión	
			El reclamado no tiene interés legítimo para usar el ND	El titular debe demostrar que el reclamado no:	A usado o preparó el uso del ND antes del proceso Es reconocido por ese nombre	
					Usa el ND sin fin de lucro, ni desviar usuarios o engañarlos	
			El reclamado usó y registró el dominio de mala fe	El titular debe demostrar que el reclamado registró el ND con el fin de:	Ofrecerlo por un precio superior al del registro Evitar que el titular use el ND	
					Confundir al usuario y beneficiarse económicamente de ello Es competidor y quiere afectarlo	
			Solicitud de panelistas	Debes entender por panelista a las personas que deciden tu reclamación		Puedes escoger si quieres que decida uno o tres panelistas
Anexar las pruebas	Las pruebas son los documentos, testimonios o cualquier medio que te permitan demostrar tus argumentos.					
El titular declarar que se somete a las decisiones del panel	Esto significa que el titular aceptar la decisión que tome el panel, sin importar si es a favor o en contra.					

Etapa	Explicación de etapa	Contenido	Especificaciones	Detalle
El PSSD solicita al registrador una verificación	El registrador debe verificar si el ND está registrado por el reclamado	No está registrado	Si no está registrado se cierra el proceso	
		Está registrado	El registrador debe certificar en un informe que el ND está registrado	
Pago de aranceles	Como el titular es quien acude al PSSD debe pagar una tasa por los honorarios de los panelistas			
Admisión de la reclamación	En esta etapa El PSSD verifica que la reclamación cumple los requisitos	No cumple	El reclamante tiene 5 días para corregir o modificar la reclamación para que cumpla con los requisitos	
		Si cumple	Se inicia el proceso y se notifica al reclamado.	
Notificación al reclamado	En esta etapa El PSSD le informa al reclamado que se inició un proceso en su contra por el ND registrado, y le solicita que conteste la reclamación			
Contestación de la reclamación	Es la etapa en la cual el reclamado da su versión de los hechos	El reclamado debe informar al PSSD que hechos que son ciertos, cuáles no, las pruebas para defenderse, la respuesta a las acusaciones y si el titular solicitó un panelista puede solicitar que sean tres o aceptar que sea uno.		
Designación del panel	El panel es el conjunto de personas que deciden el caso.	La persona o personas se seleccionan así:	si alguno de los dos escogió tres panelistas	Ambos deben proporcionar una lista de posibles panelistas, y el PSSD escogerá uno por cada lista, y el tercero lo escoge el PSSD de una lista con 5 candidatos que tuvo que dar a conocer previamente.
			si escogieron un panelista	Es designado por el PSSD de una lista de panelista que fue creada previamente.
Decisión	la decisión puede ser:	Transferir el ND al titular	Esto significa que ahora el titular es el propietario del ND.	Una vez tomada la decisión esta es notificada a las partes para que la conozcan y decidan si alguno quiere acudir a un tribunal nacional del domicilio del demandado o del registrador, porque no está de acuerdo con la decisión. En estos tribunales aplican las normas nacionales
		Mantener la propiedad del ND en el reclamado	Esto significa que el titular no pudo demostrar sus argumentos	
Ejecución de la decisión	EL registrador debe ser informado de la decisión porque es el quien aplica la decisión que tome el panel. Así, transferirá el ND o lo mantendrá en el reclamado según la decisión.			

NOTA: Descripción elaborada bajo la política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio de la ICANN, del reglamento para una política uniforme de resolución de disputas sobre nombres de dominio, del caso José Luis Sampedro vs. Galileo asesores no. d2000-1650 (español) y del caso Sofía Vergara vs. Domain Administrator, Fundacion Private Whois No. D2014-2008, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Adicionalmente, todo procedimiento tiene unos tiempos; así, el proceso para que un nombre de dominio que consiste en la individualidad de una persona, sea transferido a su titular porque un tercero lo registró de mala fe y sin un interés legítimo, se deben seguir los siguientes términos: (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), 2009)

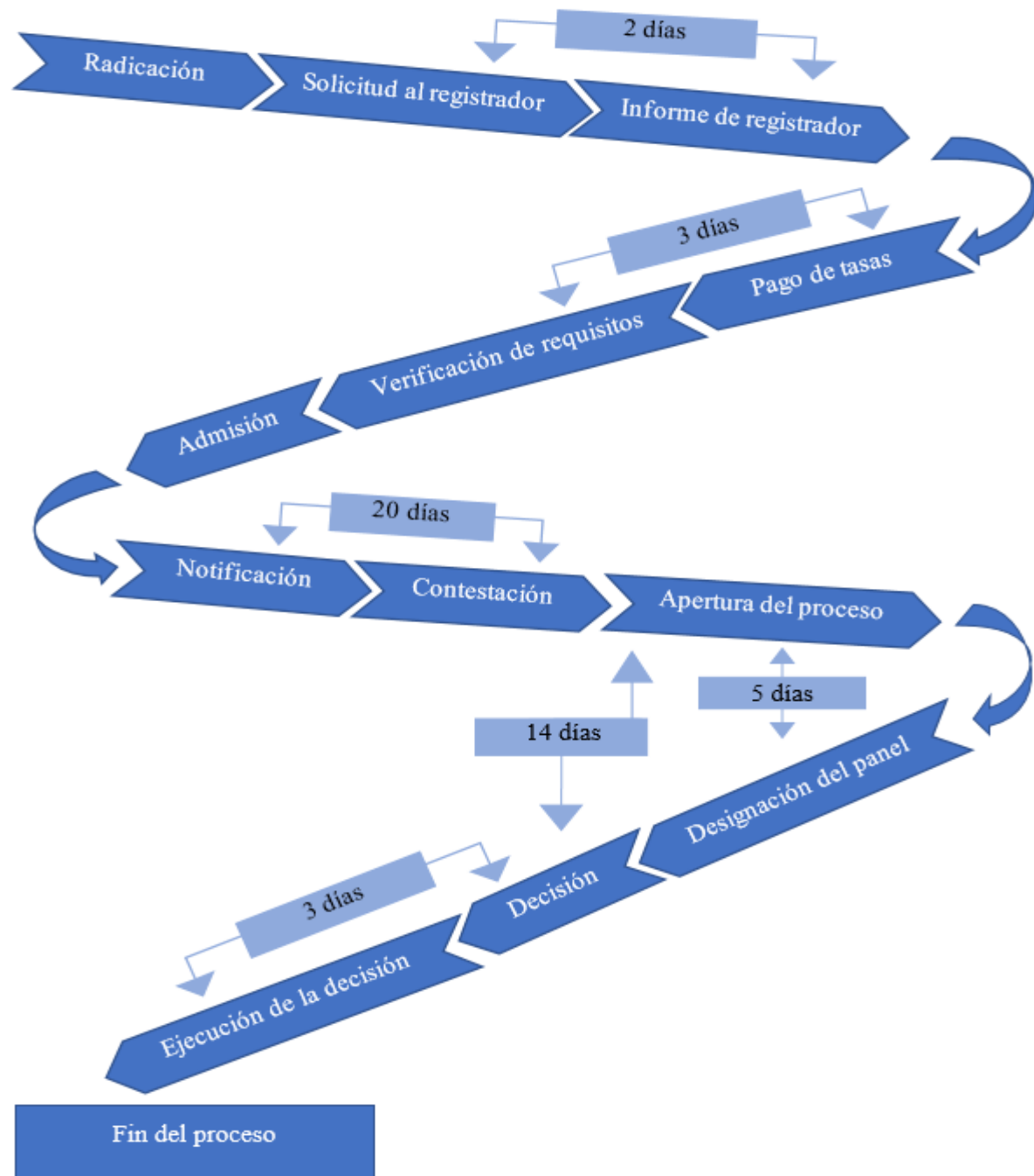


Ilustración 19. Procedimiento y tiempos para el proceso de solicitud y registro de un nombre de dominio, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

3.4. Protección a través del Derecho a la Imagen y Personalidad Jurídica

Si la persona con connotación pública no participa en el mercado, y un tercero no autorizado usó o usa dicha individualidad con el fin de obtener un beneficio económico para él, el interesado puede proteger sus derechos a través de dos acciones: a) la acción de tutela y b) la acción de responsabilidad civil.

La primera acción, la tutela, se puede interponer si el objetivo es lograr, exclusivamente, que el tercero deje de usar la individualidad de una persona, puesto que no se puede perseguir ningún tipo de indemnización porque, en este caso, la acción está limitada a evitar que se siga generando un daño. (Corte Constitucional, Sentencia T-179, 2015)

Ahora, si el objetivo es que no solo, dicho tercero no autorizado, deje de usar la individualidad de una persona, sino también indemnice los daños y perjuicios causados, la acción que se debe interponer es una acción de responsabilidad civil. (Código Civil Colombiano, 1887, Art.2341)

Cabe decir, que las acciones no son excluyentes, es decir, se puede solicitar primero una acción de tutela, que es la acción que se resuelve más rápido, para que en un tiempo mínimo el juez ordene al tercero que deje de usar la individualidad de una persona; posteriormente, se puede interponer una acción de responsabilidad civil, para que el responsable atienda los daños y perjuicios ocasionados.

Entendido esto, a continuación, se encuentra una explicación de cada acción, sus tiempos, etapas, requisitos y lo que puede decidir el juez.

3.4.1. Acción de tutela.

La individualidad es un bien fundamental que se protege a través del derecho a la imagen, y a la personalidad jurídica, toda vez que su ejercicio permite al individuo expresar su esencia, lo que lo hace un ser digno. (Corte Constitucional, Sentencia T-168, 2015) Esta protección se aplica

jurídicamente cuando no se tiene un fin económico, sino que se busca proteger exclusivamente la dignidad de una persona.

Ahora, la acción de tutela, al ser un medio de defensa excepcional debido a su prontitud, especialidad y eficacia, (Decreto No.2591, 1991, Art.1) tiene unos requisitos especiales para poder ser usada, y que deben ser satisfechos a cabalidad. (Decreto No.2591, 1991, Art.5 y 6) Cuando, se es una figura pública, los requisitos son más exigentes, ya que la Corte Constitucional considera que, como persona connotada públicamente, se tiene la posibilidad de desmentir la información que se divulgue sobre la misma, debido al interés que el público tiene en las declaraciones de dicha figura pública. (Corte Constitucional, Sentencia T-312, 2015)

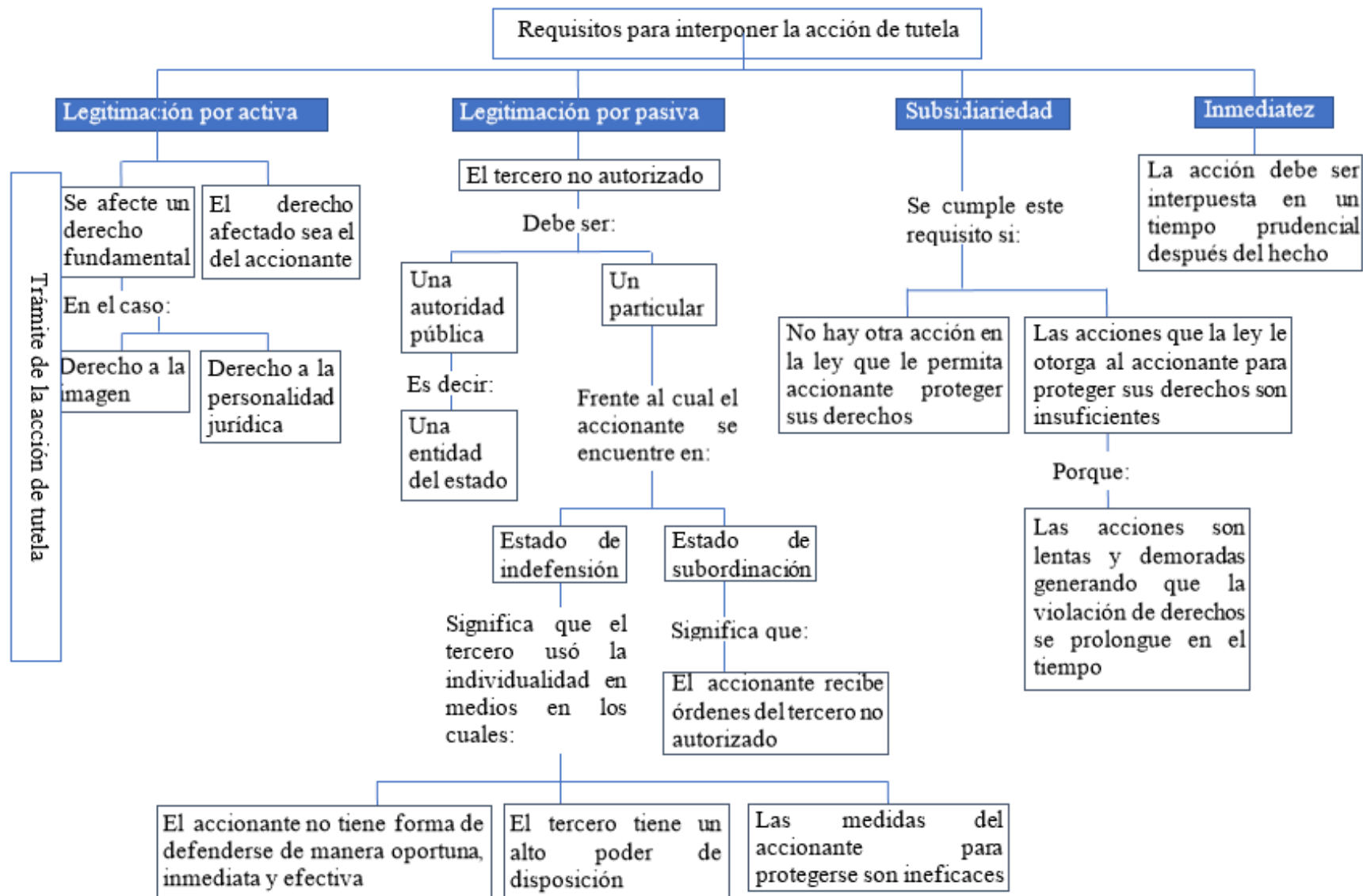


Ilustración 20. Proceso para Interponer Acción de tutela, bajo el (Decreto No.2591, 1991) y la (Corte Constitucional, Sentencia T-379, 2013), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

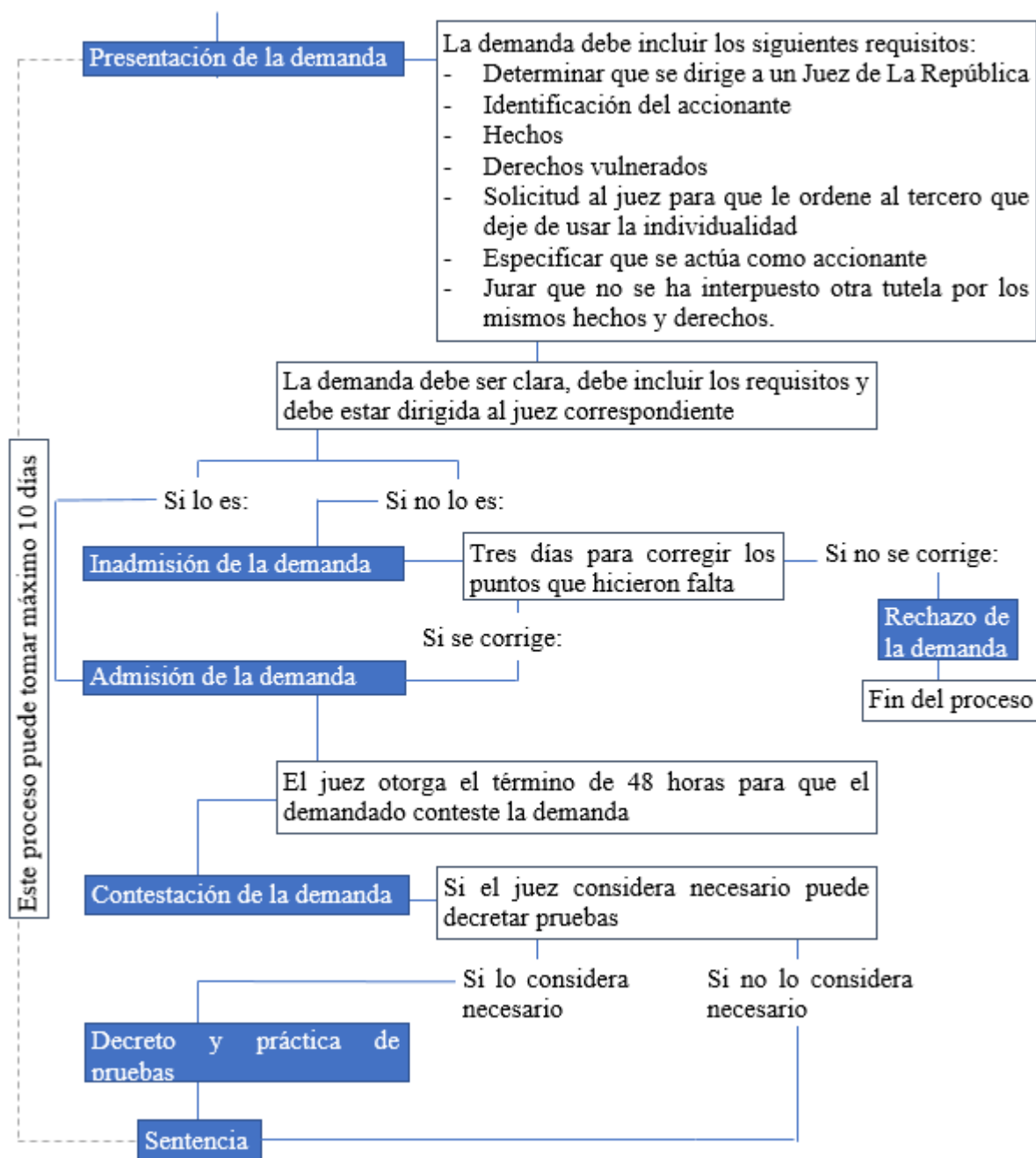


Ilustración 21. Proceso de demanda, adaptado de (Quinche, 2009), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

3.4.2. Acción de responsabilidad civil

Esta acción es un medio de defensa judicial que se interpone ante los Jueces Civiles de la República, (Código general del proceso, 2012, Art.15) y su finalidad principal, para el caso que nos ocupa, es que el juez determine que el tercero explotó comercialmente la individualidad de

una figura pública, sin su autorización, y que como consecuencia le generó daños y perjuicios, que el titular de la misma, no está en la obligación de soportar.

Para lograr este objetivo, se debe determinar la causa del daño o perjuicio, es decir, si existe algún tipo de relación contractual con el tercero o no; (Visintini, 2015, pág. 15) porque no es lo mismo el daño o perjuicio que se pueden generar por el incumplimiento de un contrato, que el surgido por cualquier otro evento.

Así, si la vulneración de la individualidad de una figura pública, proviene del incumplimiento de un contrato se debe interponer una acción de responsabilidad civil contractual; (Corte Constitucional, Sentencia C-1008, 2010) por ejemplo, si se suscribió un contrato para explotar o ceder los derechos de imagen a un tercero y el incumple los términos del contrato, ya sea usando la imagen para situaciones no establecidas, o fuera del tiempo del contrato, etc.

Por otro lado, si la vulneración de la individualidad proviene de cualquier otro hecho, que no tiene fundamento en un contrato, se debe interponer una acción de responsabilidad civil extracontractual. (Corte Suprema de Justicia, Sentencia SC 12063-2017, 2017).

En el primer caso, en la acción de responsabilidad civil contractual se debe probar el incumplimiento de las obligaciones o un uso indebido de los derechos concedidos. (Corte Constitucional, Sentencia C-1008, 2010)

En el segundo caso, acción de responsabilidad civil extracontractual se debe probar: (Corte Suprema de Justicia, Sentencia SC 12063-2017, 2017) a) que hubo una acción, conducta o actuación de una persona, o como consecuencia de los bienes de su propiedad o bajo su cuidado; b) que hubo un daño; y c) que el daño se produjo necesaria y directamente de dicha acción, conducta o actuación.

Ahora, si la indemnización solicitada al juez es mayor a 40 SMLMV se tramita por el proceso verbal,;o proceso verbal sumario si igual o menor a 40SMLMV. (Código general del proceso, 2012, Art.15, 368 y 390)

Si la indemnización que se solicita al juez es mayor a 150 SMLMV, la acción se debe dirigir al Juez Civil del Circuito; (Código general del proceso, 2012, Art.17, 18 y 20) pero si, por el contrario, la indemnización que se solicita al juez es menor a 150 SMLMV, la acción se debe dirigir al Juez Civil Municipal.

La explicación del proceso verbal se encuentra en el gráfico “proceso verbal” de la página 39; y la explicación del proceso verbal sumario se encuentra en el gráfico “proceso verbal sumario” de la página 48.

3.4.3. Acción penal.

En este punto es importante conocer que hay diferentes formas en las que una persona puede ser responsable; (Visintini, 2015) En los eventos que aquí competen, existe la responsabilidad civil y la responsabilidad penal. La primera fue explicada en el acápite anterior, y determina que toda persona que genera un daño a perjuicio a alguien que no está en la obligación de soportarlo, debe reparar o indemnizar a esa persona. Ahora, la responsabilidad penal determina que hay conductas que son demasiado graves para el Estado, y por tanto deben ser sancionadas. (Corte Constitucional, Sentencia C-762, 2009) Estas responsabilidades no se excluyen entre sí, pero si se tramitan por acciones y procesos diferentes.

Aclarado esto, la responsabilidad penal, como ya fue mencionado, es aquella en la cual la persona que cometió un delito debe ser declarado culpable por un procedimiento especificado en la ley, y por tanto debe responder por la infracción, a través de una pena que fue previamente establecida en una norma. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.6)

La pena esta descrita en el Código Penal (o ley 599 de 2000) y el procedimiento para que el tercero no autorizado sea declarado culpable se encuentra descrito en el Código de Procedimiento Penal (o ley 906 de 2004).

Entonces, los delitos que tienen relación con la afectación a tu individualidad son:

Tabla 4. Relación de delitos de afectación a la individualidad

conducta del tercero	delito en el que incurre	pena que se puede imponer	Artículo del Código Penal
Si el tercero publica una obra diciendo que tu otra persona es el autor o participó en ella cuando no es cierto.	Violación a los derechos morales de autor	de 32 a 90 meses de prisión y multa de 26,66 a 300 SMLMV	Artículo 270 del Código Penal
si el tercero publica una obra y no dice quién es el autor o quien participó en ella			
si el tercero se hace pasar por otra persona o se atribuye calidades de ésta que puedan tener efectos jurídicos, con el fin de obtener algún provecho para sí o para otro	Falsedad personal	multa	Artículo 296 del Código Penal
si el tercero utiliza, de forma fraudulenta, el nombre comercial, marca o signos similarmente confundibles con los de otra persona	usurpación de derechos de propiedad industrial	de 3 - 8 años de prisión y multa de 26,66 a 1.500 SMLMV	Artículo 306 del Código Penal

NOTA: Descripción de los aspectos de los delitos, con su pena respectiva, Adaptado de (Código Penal Colombiano [CPC], 2000, Art. 270, 296 y 306), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Una vez se haya identificado que la conducta del tercero se puede enmarcar dentro de algún de los delitos mencionados se inicia el proceso de responsabilidad penal, que se denomina Proceso Especial Abreviado. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.534)

Este proceso se inicia con un denunció o querella que se debe instaurar ante La Fiscalía General de la Nación. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.66)

Para el caso del delito de falsedad personal debes interponer la querella dentro de los seis meses siguientes al último hecho de la conducta. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.73)

Para el caso del delito de Violación a los derechos morales de autor debes interponer la denuncia en un tiempo máximo de 90 meses, y para el delito de Violación a los derechos patrimoniales y conexos en un tiempo máximo de 8 años, (Código Penal Colombiano [CPC], 2000, Art.83) contados desde la violación de los derechos.

Explicado esto, a continuación, encuentras un cuadro en el cual encuentras las etapas del proceso especial abreviado.

3.4.3.1. Proceso penal especial abreviado.

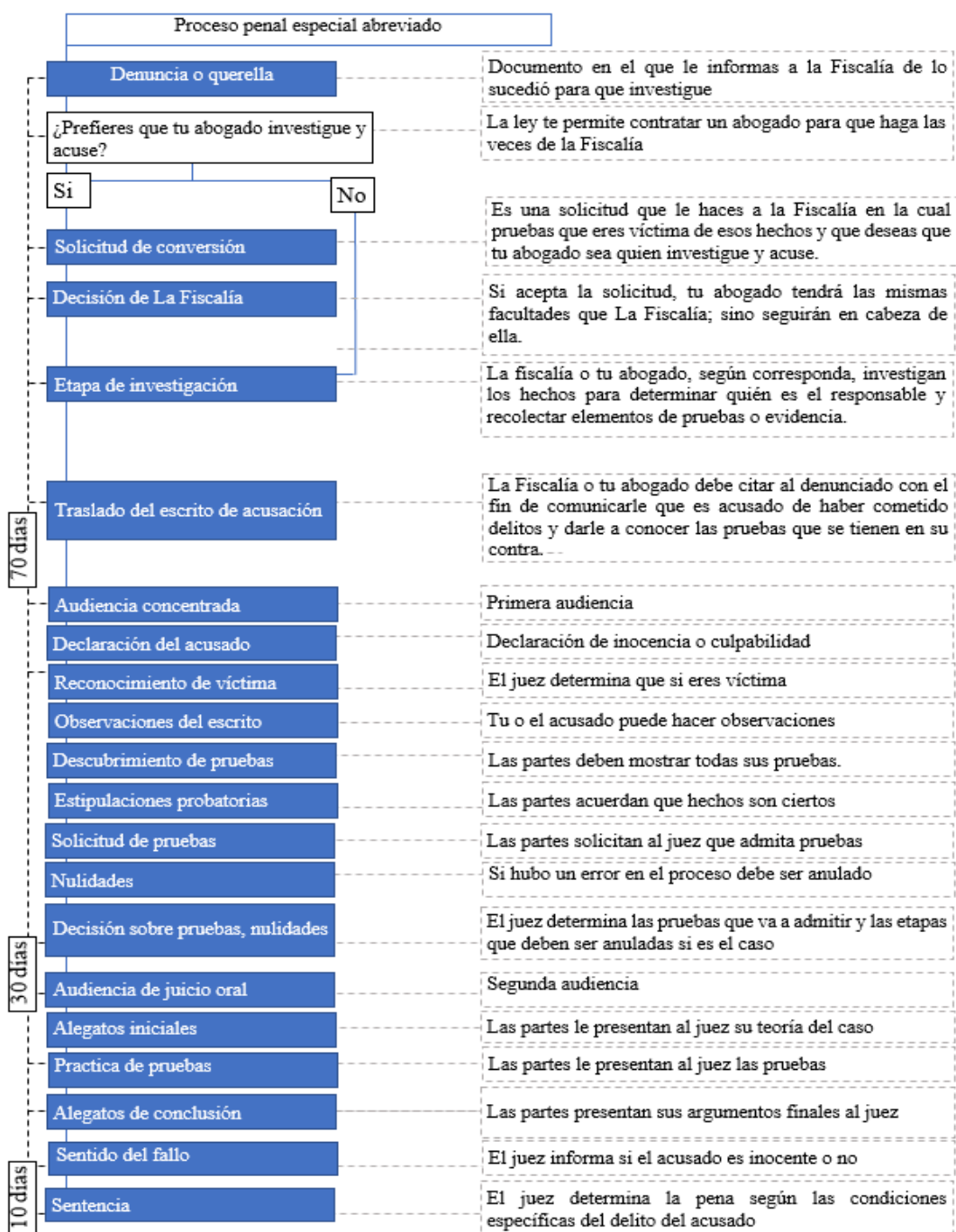


Ilustración 22. Descripción del proceso penal abreviado, Adaptado de (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.534 y siguientes), por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Resta por decir que, si el titular de la individualidad decide que sea su abogado quien investigue y acuse, puede solicitarle al juez que tramite también el proceso de responsabilidad civil. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.564) En cuyo caso debe: a) informarlo al abogado, para que lo

anexe en el escrito de acusación. b) en la audiencia concentrada solicitarle al juez que decrete las pruebas que tienen por fin probar el daño, y c) presentar las pruebas en la audiencia de juicio oral. Finalmente, el Juez decidirá sobre la responsabilidad civil en la sentencia. (Código de Procedimiento Penal, 2004, Art.564)

Ahora, si el titular de la individualidad decide que sea la Fiscalía quien investigue y acuse, una vez existe sentencia de responsabilidad penal del tercero, el trámite es el siguiente:

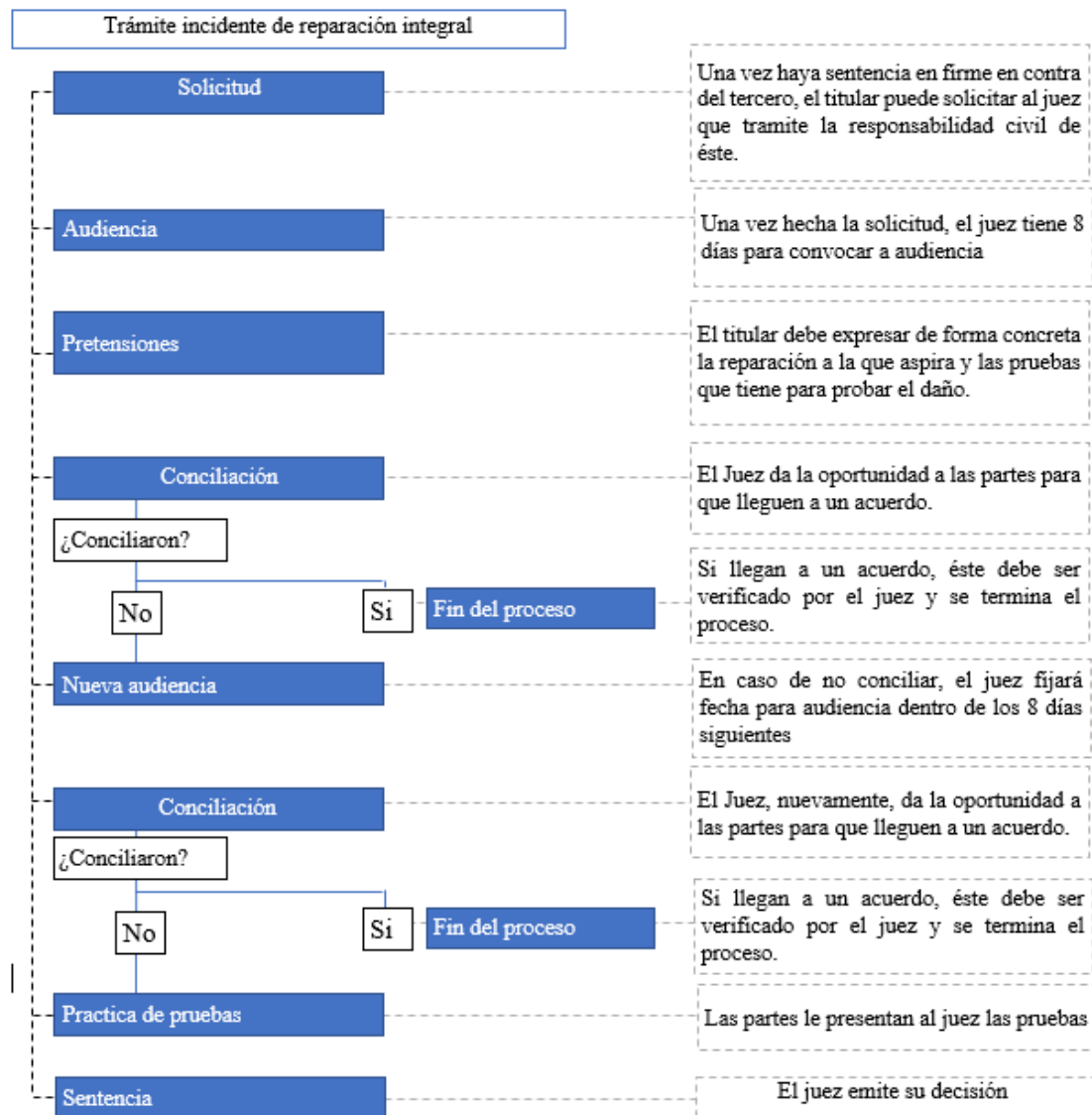


Ilustración 23. Proceso de incidente de reparación integral, Adaptado de (Código de Procedimiento Penal, 2004) del capítulo IV del ejercicio del incidente de reparación integral, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Conclusiones

A lo largo de este manual se identificaron las acciones que puede interponer una figura pública frente a la utilización comercial, no autorizada de tu individualidad, por parte de terceros.

Se inició con las definiciones de figura pública e individualidad, y frente a la primera se puede evidenciar que el término de figura pública ha sido definido y tratado por La Corte Constitucional en diferentes ocasiones, sin embargo, no se han establecido unos parámetros para determinar si una persona es o no una figura pública.

Respecto del término de individualidad ha sido constantemente decantado por La Corte Constitucional y no presenta mayores problemas para determinar que hace parte de la individualidad de una persona y que no.

Posteriormente, se definieron aquellos eventos en los cuales se considera que un tercero utiliza la individualidad de una figura pública sin su autorización, para finalmente concluir que la ley permite en determinados eventos que terceros usen la individualidad sin autorización, y que hay otros eventos en los cuales, pese a haber otorgado autorización, ese uso puede ser ilegal.

Luego de definir estos elementos se plantearon cada una de las acciones que se pueden interponer para proteger la individualidad de una figura pública del uso no autorizado por parte de terceros. Frente a estas acciones se puede decir que:

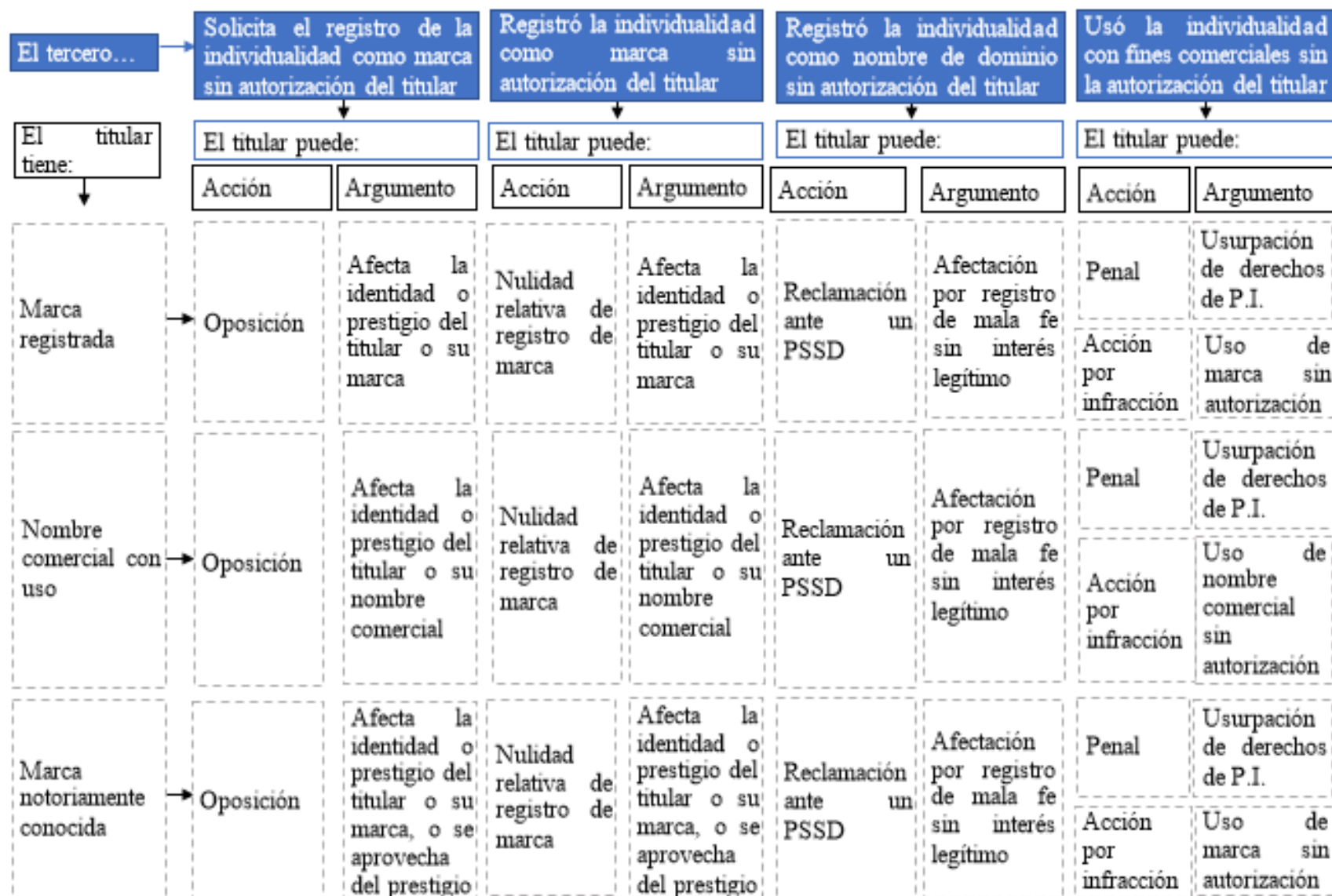


Ilustración 24. Continua...

El titular tiene:	Acción	Argumento	Acción	Argumento	Acción	Argumento	Acción	Argumento
Nombre comercial notoriamente conocido	Oposición	Afecta la identidad/prestigio del titular/su nombre comercial/se beneficia del prestigio	Nulidad relativa de registro de marca	Afecta la identidad/prestigio del titular/su nombre comercial/se beneficia del prestigio	Reclamación ante un PSSD	Afectación por registro de mala fe sin interés legítimo	Penal Acción por infracción	Usurpación de derechos de P.I. Uso de nombre comercial sin autorización
Uso en el comercio	Oposición	Afecta la identidad o prestigio del titular	Nulidad relativa de registro de marca	Afecta la identidad o prestigio del titular	Reclamación ante un PSSD	Afectación por registro de mala fe sin interés legítimo	Penal Acción declarativa y de condena	Falsedad personal Explotación de reputación ajena
Uso profesional	Oposición	Afecta la identidad o prestigio del titular	Nulidad relativa de registro de marca	Afecta la identidad o prestigio del titular	Reclamación ante un PSSD	Afectación por registro de mala fe sin interés legítimo	Penal Acción declarativa y de condena Acción Civil Acción de tutela	Falsedad personal Explotación de reputación ajena Generó un daño o perjuicio al titular Vulneró el derecho a la imagen y personalidad

Ilustración 24. Procedimiento de las acciones que se pueden interponer para proteger la individualidad de una figura pública del uso no autorizado por parte de terceros, por Paula Jimena Tejeiro Cárdenas, 2018

Finalmente, cabe decir que la acción de nulidad relativa de registro de marca no tiene una regulación legal específica y por analogía se aplica lo contemplado para el proceso de nulidad y restablecimiento del derecho, sin embargo, ese proceso no prevé la solicitud de interpretación prejudicial, tiene un término de prescripción diferente al establecido en la Decisión 486 de 2000 de la C.A.N, y exige una conciliación, la cual no aplica para la acción de nulidad relativa de registro de marca, por ese motivo se puede concluir que hay un vacío legal actualmente.

Referencias bibliográficas

- Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado. (2017). *Glosario*. Obtenido de [defensajuridica.gov.co: https://www.defensajuridica.gov.co/servicios-al-ciudadano/glosario/Paginas/default.aspx](https://www.defensajuridica.gov.co/servicios-al-ciudadano/glosario/Paginas/default.aspx)
- Bedoya, D. A., & Londoño, S. (s.f.). *El derecho a la propia imagen como derecho fundamental en el ordenamiento juridico colombiano*. Obtenido de [bdigital.ces.edu.co:: http://bdigital.ces.edu.co:8080/repositorio/bitstream/10946/4512/2/Derecho_Propia_Imagen.pdf](http://bdigital.ces.edu.co:8080/repositorio/bitstream/10946/4512/2/Derecho_Propia_Imagen.pdf)
- Blasco, F. d. (s.f.). *Algunas cuestiones del derecho a la propia imagen*. Obtenido de [derechocivil.net: http://www.derechocivil.net/esp/ALGUNAS%20CUESTIONES%20DEL%20DERECHO%20A%20LA%20PROPIA%20IMAGEN.pdf](http://www.derechocivil.net/esp/ALGUNAS%20CUESTIONES%20DEL%20DERECHO%20A%20LA%20PROPIA%20IMAGEN.pdf)
- Bonnett, M. (3 de Julio de 2018). *Las acciones de infracción en Propiedad Industrial*. Obtenido de [Asuntos Legales: https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/monica-bonnett-529291/las-acciones-de-infraccion-en-propiedad-industrial-2744844](https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/monica-bonnett-529291/las-acciones-de-infraccion-en-propiedad-industrial-2744844)
- Ceballos, J. M. (2011). Aspectos generales del derecho a la propia imagen. *Revista la propiedad inmaterial*(15), p. 61-83. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3785211.pdf>
- Código Civil Colombiano. (1887). *Ley 57*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 7019. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39535>
- Código de Procedimiento Administrativo y de lo contencioso Administrativo [CPACA]. (18 de Enero de 2011). *Ley 1437*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 47956. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1437_2011.html
- Código de Procedimiento Penal. (31 de Agosto de 2004). *Ley 906*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No.45658. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14787>
- Código general del proceso. (12 de Julio de 2012). *Ley 1564*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No.48489. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1564_2012.html

- Código Penal Colombiano [CPC]. (24 de Julio de 2000). *Ley 599*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No.44097. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6388>
- Comunidad Andina. (s.f.). *¿Qué es la Comunidad Andina?* Obtenido de [comunidadandina.org](http://www.comunidadandina.org): <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=189&tipo=QU&title=somos-comunidad-andina>
- Consejo de Estado, Sala de consulta y servicio civil, Número Único: 11001-03-06-000-2013-00517-00 (CP.Alvaro Namén Varga 29 de Abril de 2014). Obtenido de https://www.defensajuridica.gov.co/servicios-al-ciudadano/aplicativos/aplicativo-calculo-intereses-mora-sentencias-conciliaciones/PublishingImages/Lists/Aplicativo%20Calculo%20de%20Intereses/NewForm/concepto_pago_sentencias_020914.pdf
- Consejo de Estado, Sección primera, Rad.: 11001-0324-000-2011-00282-00 (CP.Carlos Enrique Moreno Rubio 30 de Marzo de 2017). Obtenido de http://legal.legis.com.co/document?obra=jurcol&document=jurcol_6fa31f115de441ff9e5b0c84f0d4a227
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-762 (MP.Juan Carlos Henao Perez 29 de Octubre de 2009). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2009/C-762-09.htm>
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia C-1008 (MP.Luís Ernesto Vargas Silva 9 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/c-1008-10.htm>
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-379 (MP.Luis Guillermo Guerrero Pérez 28 de Junio de 2013). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2013/T-379-13.htm>
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-634 (MP.María Victoria Calle Correa 13 de Septiembre de 2013). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2013/t-634-13.htm>
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-312 (MP. Jorge Iván Palacio Palacio 2015). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/T-312-15.htm>
- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-179 (MP.Jorge Iván Palacio Palacio 16 de Abril de 2015). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/t-179-15.htm>

- Corte Constitucional de Colombia, Sentencia T-168 (MP.Jorge Ignacio Pretelt Chaljub 16 de Abril de 2015). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2015/T-168-15.htm>
- Corte Constitucional de Colombia. (2018). *Concepto de Corte Constitucional*. Obtenido de [corteconstitucional.gov.co: http://www.corteconstitucional.gov.co/lacorte/](http://www.corteconstitucional.gov.co/lacorte/)
- Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia SC 12063-2017 (MP.Luis Alonso Rico Puerta 16 de Septiembre de 2017). Obtenido de [http://www.cortesuprema.gov.co/corte/wp-content/uploads/relatorias/ci/bago2017/SC12063-2017%20\(2005-00327-01\).doc](http://www.cortesuprema.gov.co/corte/wp-content/uploads/relatorias/ci/bago2017/SC12063-2017%20(2005-00327-01).doc)
- Decreto No.1260. (27 de Julio de 1970). *Por el cual se expide el Estatuto del Registro del Estado Civil de las Personas*. Bogotá, Colombia: Diario Oficial No.33118. Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1254136>
- Decreto No.2591. (19 de Noviembre de 1991). *Por el cual se reglamenta la acción de tutela consagrada en el artículo 86 de la Constitución Política*. Bogotá, Colombia: Diario oficial No.40165. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5304>
- Desición No.486. (2000). *Régimen Común sobre Propiedad Industrial*. Lima, Perú: Comisión de la Comunidad Andina. Obtenido de <http://www.sice.oas.org/Trade/Junac/Decisiones/dec486s5.asp>
- Fiscalía General de la Nación. (2018). *Misión*. Obtenido de [fiscalia.gov.co: https://www.fiscalia.gov.co/colombia/la-entidad/mision/](https://www.fiscalia.gov.co/colombia/la-entidad/mision/)
- García, Á. (2002). *Derecho de marcas e Internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Guzmán, D. F. (Enero-Junio de 2016). El contexto actual del derecho a la imagen en Colombia. *Propiedad Inmaterial*(21), p. 47-77. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/4602/5519>
- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). (30 de Octubre de 2009). *Reglamento para una Política uniforme de resolución de disputas sobre Nombres de Dominio (PURC) (el "Reglamento")*. Obtenido de [icann.org/: https://www.icann.org/resources/pages/rules-2012-02-25-es](https://www.icann.org/resources/pages/rules-2012-02-25-es)
- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). (6 de Diciembre de 2010). *Guía para principiantes para Nombres de dominio*. Obtenido de [icann.org: https://www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-es.pdf](https://www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-es.pdf)

- La publicidad aplicada a la pequeña y mediana empresa.* (2008). Malaga: Editorial Vertice.
Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=h1pojWPNG0IC&pg=PA77&dq=posicionamiento+de+producto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiq6MnG2rXdAhVJuFMKHT4eCXgQ6AEILjAB#v=onepage&q=posicionamiento%20de%20producto&f=false>
- Ley 256. (15 de Enero de 1996). *Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.* Bogotá, Colombia: Diario Oficial No. 42.692,. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html
- Lizarazu, R. (2014). *Manual de propiedad industrial.* Bogotá: Legis.
- López-Casero, D. (2017). *La traducción de textos divulgativos del sistema de Inglaterra y Gales hacia el sistema español en el ámbito sucesorio: problemática, metodología y procedimientos de traducción.* Maîtrise: Universidad de Genève,. Obtenido de <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:96068/ATTACHMENT01>
- Merizalde, S. (14 de Marzo de 2017). *Nulidad de una marca registrada.* Obtenido de Asuntos Legales: <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/sara-merizalde-533166/nulidad-de-una-marca-registrada-2483541>
- Miguel Asensio, P. A. (2002). *Derecho privado de internet.* Madrid: Civitas Ediciones.
- Ministerio de Justicia y del Derecho. (s.f.). *Glosario.* Obtenido de Legal App: <https://www.legalapp.gov.co/abc-legalapp>
- Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI). (2017). *Clasificación de Niza.* Obtenido de wipo.int: <http://www.wipo.int/classifications/nice/es/>
- Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI). (s.f.). *¿Qué es una marca?* Obtenido de wipo.int: <http://www.wipo.int/trademarks/es/>
- Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI). (s.f.). *La OMPI por dentro.* Obtenido de wipo.int: <http://www.wipo.int/about-wipo/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2016). Las dos ramas de la propiedad intelectual. En *Principios básicos de la propiedad industrial* (2a ed.). Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2016). Marcas. En *Principios básicos de la propiedad industrial.* Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Obtenido de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf

- Peña, D. (2001). *Aspectos legales de internet y del comercio electrónico ley 527 de 1999*. Bogotá: Dupre Editores.
- Quinche, M. F. (2009). *Derecho Constitucional Colombiano de la carta de 1991 y sus reformas*. Bogotá: Universidad de Rosario. Obtenido de <https://doctrina.vlex.com.co/source/derecho-constitucional-colombiano-carta-1991-reformas-6355>
- Rama Judicial de Colombia. (2018). *Definiciones y conceptos*. Obtenido de [ramajudicial.gov.co: https://www.ramajudicial.gov.co/portal/atencion-al-usuario/servicios-de-informacion/glosario?p_p_id=glosario_WAR_glosarioportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_glosario_WAR_glosarioportlet](https://www.ramajudicial.gov.co/portal/atencion-al-usuario/servicios-de-informacion/glosario?p_p_id=glosario_WAR_glosarioportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_pos=1&p_p_col_count=2&_glosario_WAR_glosarioportlet)
- Real Academia de la Lengua. (2017). *Definiciones y conceptos*. Obtenido de [dej.rae.es: http://dej.rae.es/#/entry-id/E152500](http://dej.rae.es/#/entry-id/E152500)
- Real Academia de la Lengua. (2018). *Definición de Ley*. Obtenido de [dej.rae.es: http://dej.rae.es/#/entry-id/E152500](http://dej.rae.es/#/entry-id/E152500)
- Rengifo, E. (Noviembre de 2013). El nombre comercial. *Revista La Propiedad Inmaterial*(17), p.187-203. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3585/3802>
- Revista Vanidades. (13 de Junio de 2018). *Los amores de Marilyn Monroe*. Obtenido de [vanidades.com: https://www.vanidades.com/celebs/amores-marilyn-monroe/](https://www.vanidades.com/celebs/amores-marilyn-monroe/)
- Rodríguez, L. M. (s.f.). *Casos de personajes famosos en los que se encuentra latente la propiedad intelectual*. Obtenido de [propintel.uexternado.edu.co: http://propintel.uexternado.edu.co/Pr0P1n73L-3xT3rNaD0-U3C/wp-content/uploads/2013/04/Famosos-y-Propiedad-Intelectual-.pdf](http://propintel.uexternado.edu.co/Pr0P1n73L-3xT3rNaD0-U3C/wp-content/uploads/2013/04/Famosos-y-Propiedad-Intelectual-.pdf)
- Superintendencia de Industria y Comercio. (Septiembre de 2017). Reporte sobre la información en materia de Propiedad Intelectual en Colombia. *Propiedad Intelectual en Colombia*. Bogotá, Colombia: Organización Mundial de la Producción Intelectual (OMPI). Obtenido de http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion_Competencia/Estudios_Economicos/Documentos_elaborados_Grupo_Estudios_Economicos/Reporte-informacion-en-materia-de-Propiedad-Intelectual-en-Colombia.pdf

- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Cómo protejo judicialmente mis derechos de Propiedad Industrial? Parte 3*. Obtenido de sic.gov.co: <http://www.sic.gov.co/ruta-pi/junio21/como-protejo-judicialmente-mis-derechos-de-PI-pt3>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Que es la Superintendencia de Industria y Comercio?* Obtenido de [redconsumidor.gov.co: http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/superintendencia_de_industria_y_comercio_pub](http://www.redconsumidor.gov.co/publicaciones/superintendencia_de_industria_y_comercio_pub)
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Qué es un nombre comercial?* Obtenido de sic.gov.co: <http://www.sic.gov.co/node/61>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *¿Qué son los nombres y enseñas comerciales?* Obtenido de sic.gov.co: <http://www.sic.gov.co/node/61>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Documentos para la solicitud de marcas*. Obtenido de sic.gov.co: <http://www.sic.gov.co/node/81>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Etapas del proceso de solicitud de marcas*. Obtenido de sic.gov.co/: <http://www.sic.gov.co/node/83>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Pasos para solicitar el registro de una marca*. Obtenido de sic.gov.co/: <http://www.sic.gov.co/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Radicación 08034465*. Obtenido de sic.gov.co: http://www.sic.gov.co/recursos_user/historico/d2011sic5851.htm
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 403-IP-2015 (MP.Luis José Díez Canseco Núñez 2015). Obtenido de http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/I_841_403_IP_2015.pdf
- Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina,, Proceso 60-IP-2012 (24 de Octubre de 2012). Obtenido de <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/Procesos/60-IP-2012.doc>
- Varela, E. (2017). *Manual de propiedad intelectual*. Bogotá: Grupo Editorial Ibañez.
- Visintini, G. (2015). *¿Qué es la responsabilidad civil?* Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Zea, G. (2009). *¿Que es la propiedad intelectual?* En *Derecho de autor y Derechos conexos*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.