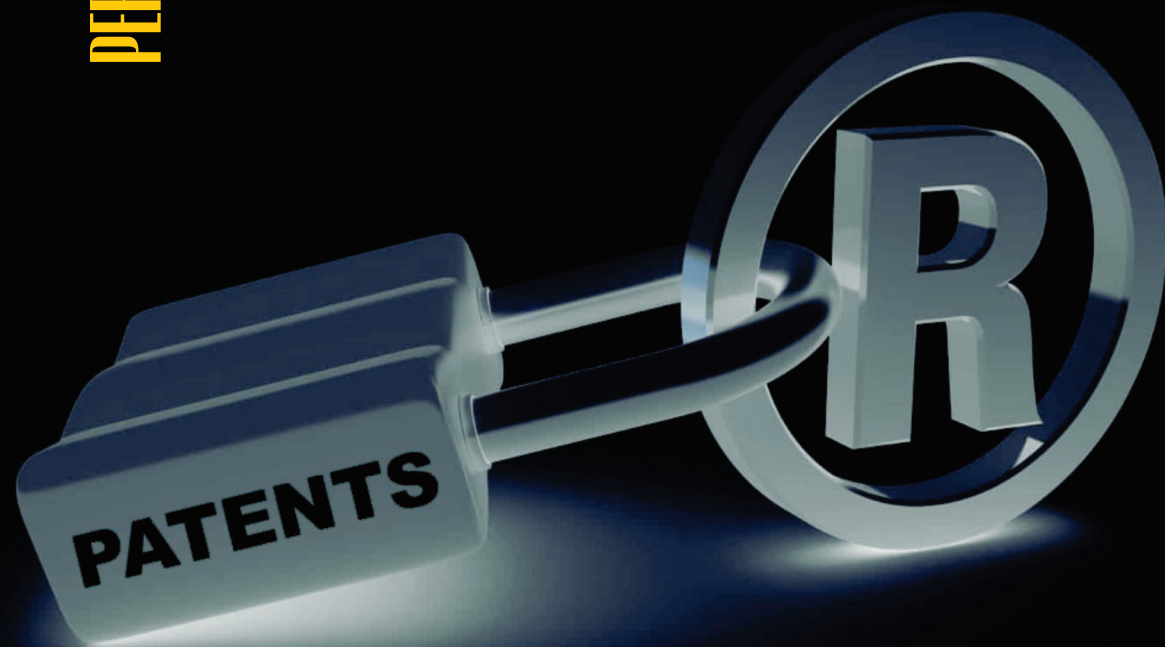


PERSPECTIVAS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



PERSPECTIVAS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO Y FACTOR DE COMPETITIVIDAD



Autores

Marcela Liseth Fernández Pedreros

José Ovidio Nocua Acuña

Lady Fajardo Castellanos

Samuel Antonio Vargas Vargas

José Alberto Paredes



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS
TUNJA

**PERSPECTIVAS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA GENERACIÓN DE
CONOCIMIENTO Y FACTOR DE COMPETITIVIDAD**

Autores

Marcela Liseth Fernández Pedreros
José Ovidio Nocua Acuña
Lady Fajardo Castellanos
Samuel Antonio Vargas Vargas
José Alberto Paredes

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja
Año 2022

Perspectivas de la propiedad intelectual como elemento dinamizador de la generación de conocimiento y factor de competitividad.

Autores: Marcela Liseth Fernández Pedreros - José Ovidio Nocua Acuña - Lady Fajardo Castellanos - Samuel Antonio Vargas Vargas - José Alberto Paredes

Tamaño: 17 x 24 cm 130 páginas.

ISBN: 978-628-7603-22-6

Comité editorial

Fr. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O.P.

Rector

Fr. Omar Orlando SANCHEZ SUÁREZ, O.P.

Vicerrector Académico

Fr. Héctor Mauricio VARGAS RODRÍGUEZ, O.P.

Vicerrector administrativo y Financiero

María Ximena ARIZA GARCÍA

Directora Ediciones Usta Tunja

Sandra Consuelo DÍAZ BELLO

Directora Investigación e Innovación

Juan Carlos CANOLES VÁSQUEZ

Director Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación

Primera edición, 2022

ISBN: 978-628-7603-22-6

Corrección de Estilo:

María Ximena Ariza García

Diagramación e impresión:

Grafiboy - Cel. 310 3047541 - Tunja

Todos los derechos reservados conforme a la ley. Se permite la reproducción citando fuente. El pensamiento que se expresa en esta obra, es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad Santo Tomás.



*Ediciones Usta
Universidad Santo Tomás
2022*

*Departamento Ediciones Usta Tunja
Universidad Santo Tomás Seccional Tunja*

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier proceso reprográfico o fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, offset o mimeógrafo.
Ley 23 de 1982.

Contenido

Prólogo	5
Presentación.....	9
Capítulo 1. Reconocimiento y Valoración de los Derechos de Autor en el Contexto Universitario Colombiano.....	11
Capítulo 2. Marca País Colombia, Evolución y Posicionamiento en Latinoamérica.....	73
Capítulo 3. La innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en el departamento de Boyacá - Colombia entre los años 2000 y 2019.....	100
Biografías Autores.....	131

Prólogo

Los retos de la educación universitaria en la actualidad están ligados, no solo a la búsqueda de estrategias pedagógicas, didácticas y evaluativas que permitan la aprehensión de contenidos y el alcance de competencias, sino que, adicionalmente, se enmarcan en una exigencia continua por mejorar los índices de producción intelectual, reconociendo de esta manera el aporte creativo de la comunidad académica, a una sociedad cimentada en la información y la interacción continua.

La universidad del presente, es una organización preocupada por impactar positivamente en la formación de profesionales líderes, conscientes y reflexivos de las problemáticas de su entorno, que generen impacto a partir de la consolidación de productos con alto valor intelectual, en el que la originalidad, la novedad y la distintividad se traduzcan en elementos medulares del ejercicio investigativo. Ahora bien, nos encontramos ante un texto académico, en el que se busca generar en el lector inicialmente, una preocupación por reconocer la importancia que tiene la propiedad intelectual en el quehacer diario de la actividad académica universitaria, para posteriormente plantear una reflexión acerca del papel que desempeñan los intangibles en el fortalecimiento de indicadores de competitividad para el desarrollo del país y específicamente nuestra región.

A todas luces, estamos ante un tema de suma importancia para académicos y empresarios, toda vez que la medición de la producción intelectual en las instituciones de educación superior del país, ha venido transitando hacia un enfoque basado en la calidad, es así, como los indicadores con los que se pretendía establecer el número de productos académicos generados en un determinado periodo, han dado espacio, a la construcción de índices más objetivos, con los que se evalúa el impacto que generan en las comunidades, los productos desarrollados desde la academia, a partir de procesos de

Prólogo

investigación y proyección social que responden verdaderamente a problemáticas y necesidades del sector real.

Desde el primer momento en el que me adentré en el estudio de la propiedad intelectual, identifiqué que la interdisciplinariedad se constituye en uno de sus principales epítetos. En efecto, para un experto en el tema, no es provechoso el estudio de esta área del derecho, si en su análisis y aplicación no se tiene una visión compartida e integral a partir de lo propuesto por otras profesiones, bien sea de tipo administrativo, artístico, creativo o científico que permitan generar una conversación reflexiva, con la cual se enriquezca la visión acerca del mundo de los intangibles. Esta obra no es ajena a esa realidad, y en tal sentido, el perfil de sus autores garantiza una mirada interdisciplinar al lector, en el que se mezcla lo propio de la ciencia jurídica con aspectos administrativos, operativos y sociales, que dan certeza de la idoneidad y claridad de la información que se expone.

Cada uno de los capítulos que integran la obra, profundiza en una situación problemática en particular. En el primero, se hace referencia a los derechos de autor y su rol en el contexto universitario. Tema que reviste una suma importancia, bajo el entendido que su comprensión y conceptualización conlleva el estudio de una serie de elementos jurídicos de rango internacional y nacional, que pasan por la revisión de acuerdos internacionales sobre el tema, así como, el reconocimiento de la normativa supranacional emitida por el máximo órgano deliberante de la Comunidad Andina y la legislación interna relacionada. Todo esto en aras de identificar el acervo jurídico aplicable en la actualidad, en relación con el desarrollo de actividades académicas y la generación de nuevo conocimiento en las instituciones de educación superior.

En un segundo momento, los autores han querido adentrar al lector en el terreno de la marca, específicamente en la denominada como: Marca País. Un signo distintivo con particularidades propias, en el que la distintividad intrínseca esta ligada a una conexión y articulación, no solo con un producto, sino con el conjunto de rasgos propios de una nación, la distintividad extrínseca ha pasado a entenderse como la fuerza que tiene la marca para otorgarle a un país un criterio diferenciador, que fortalezca, en nuestro caso, el potencial de inversión extranjera y en general el alcance de las negociaciones de Colombia hacia el exterior y del exterior hacia Colombia, y la

perceptibilidad, que es entendida como la aprehensión y percepción de la marca por medio de los sentidos, y que para el caso en concreto, el libro nos plantea una retroalimentación comparativa acerca de criterios e impactos alcanzados por marcas existentes tales como: “Colombia es Pasión” ® o “La respuesta es Colombia” ®.

Finalmente, es interesante que el análisis cierra con una presentación de la apuesta que ha tenido el Departamento de Boyacá en los últimos años, en la construcción y ejecución de políticas públicas enfocadas en el aumento de los niveles de competitividad en la región, para lo cual se han generado algunos programas y proyectos trazados en esta dirección, pero que han quedado cortos en lo que ha generación de productos con alto valor creativo y de propiedad intelectual se refiere, por lo que es claro que, la consolidación de espacios de interacción entre el sector público y privado, que reconozcan esta necesidad, debe ser una prioridad no solo desde la gestión pública sino también desde la empresa y la academia, en aras de robustecer el impacto en las comunidades a partir de la creación y protección adecuada de nuestro capital intelectual, la organización y puesta en práctica de procesos de gestión del conocimiento y la valoración idónea de nuestros intangibles.

En conclusión, la obra que esta por leer, es el resultado de un trabajo de investigación acucioso y consciente de las vicisitudes del entorno universitario y empresarial actual, con un compilado de información y reflexión presentado en forma descriptiva y analítica, en un contexto en el que las realidades que se muestran a lo largo del escrito, atraen y conectan con facilidad, en razón a que se abordan situaciones y temáticas con las cuales tenemos contacto permanente en la ejecución de nuestra labor. Espero que al igual que yo, disfrute y saque el mayor provecho de esta producción académica.

ANYINSAM DANIEL BARRERA MONTAÑEZ

Presentación

La siguiente obra es fruto de un trabajo investigativo que da inicio en el año 2018, que busca dar respuesta a insistentes preguntas planteadas por docentes, estudiantes, administrativos y directivos frente al manejo, el dominio, el reconocimiento y la valoración de la Propiedad Intelectual en el contexto universitario colombiano, de la misma forma, abordar la importancia de la gestión de marca país a nivel latinoamericano, haciendo énfasis en Colombia y por último hacer un recorrido por la innovación y el desarrollo tecnológico como acelerador de competitividad en Boyacá en los últimos veinte años, todo lo anterior con el fin de demostrar que la gestión del conocimiento a través de la identificación y reconocimiento de la propiedad intelectual desde el ambiente universitario, o visto como estrategia de mercado o la innovación en el desarrollo tecnológico representa factor de competitividad. Un grupo de profesionales de diversas áreas como la Administración de Empresas, Ingeniería Mecánica y el Derecho inician este proceso de investigación y confrontación, para vincular, ajustar, definir y aplicar diferentes aspectos frente al derecho de autor y la propiedad industria.

Inicialmente, se presenta el capítulo “Reconocimiento y Valoración de los Derechos de Autor en el Contexto Universitario Colombiano” el cual aborda desde una investigación descriptiva y cualitativa analizar desde el concepto general del Derecho de Autor, hasta las características principales, los requisitos para su reconocimiento y validez y la naturaleza jurídica de los mismos, además de destacar sus mecanismos de control y protección al interior de las universidades donde realiza una revisión de formas y modelos de gestión aplicables para el reconocimiento y valoración de los Derechos de Autor.

A continuación, el segundo capítulo, se refiere a las marcas vistas desde la importancia como forma de comunicación y transmisión de saberes de

PRESENTACIÓN

Colombia para el Mundo, titulado “Marca País Colombia, Evolución y Posicionamiento en Latinoamérica”, se dedica a realizar un análisis de los informes presentados por empresas reconocidas a nivel mundial como FutureBrand, Bloom-Consulting y BrandFinance Journal quienes se han dedicado a estudiar la percepción de países en todo el mundo, para el caso específico en Colombia se hace una retrospectiva desde la creación de la marca país en el 2005, y se compara su evolución con los cinco países latinoamericanos con mejor percepción internacionalmente, esto con el fin de identificar estrategias potenciales para mejorar la percepción del país a nivel nacional e internacional.

Por último, capítulo tercero, “La innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en el departamento de Boyacá Colombia entre los años 2000 y 2019” tiene como principal objetivo realizar un análisis del avance de la innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en el departamento de Boyacá en los últimos 10 años, desde el cómo ha sido su avance y de qué manera se plantean planes, programas y proyectos encaminados al fortalecimiento de estos aspectos que conllevan al desarrollo económico del departamento y demostrar la relación estrecha que existe entre ellos, además de exponer el adelanto en desarrollo tecnológico e innovación del departamento.

El libro busca abordar la propiedad intelectual como generador de nuevo conocimiento desde diferentes enfoques, ya sea en el ámbito universitario o las estrategias de un país en mercados internacionales o su aplicación en el desarrollo tecnológico como factor dinamizador de la competitividad regional.

Marcela Liseth Fernández Pedreros /
José Ovidio Nocua Acuña
Lady Fajardo Castellanos
Samuel Antonio Vargas Vargas
José Alberto Paredes

Capítulo 1.

Reconocimiento y valoración de los Derechos de Autor en el contexto universitario colombiano

José Ovidio Nocua Acuña

Marcela Liseth Fernández Pedreros

Lady Fajardo Castellanos

Resumen

La constante evolución en aspectos tecnológicos, económicos, comerciales y políticos en los inicios del siglo XXI, hacen pertinente generar, diseñar e implementar un estudio que potencie los productos de propiedad intelectual y los reconozca como activos intangibles en beneficio de las instituciones de educación superior en Colombia, se procederá para tal fin al análisis de la doctrina, la jurisprudencia y las normas legales que se utilizan en los modelos internacionales y su aplicación a nivel nacional.

Una primera revisión de la información financiera de algunas Universidades colombianas, demuestra que las obras de propiedad intelectual susceptibles de ser valoradas como activos intangibles no aparecen reflejados en los estados de situación financiera o estado de resultados; su inclusión por efecto positivo, aumentaría su valor comercial y también su reconocimiento. Hoy las más importantes universidades del mundo registran y capitalizan sus resultados de nuevo conocimiento, y, por consiguiente, cada institución genera diferentes tipos de activos intangibles. A continuación, se estudia y presenta esta realidad.

Palabras Clave: Activos Intangibles, Propiedad Intelectual, Universidad, Registro, Productos.

Abstract

The constant evolution in technological, economic, commercial and political aspects at the beginning of the 21st century, make it pertinent to generate, design and implement a study that enhances intellectual property products and recognizes them as intangible assets for the benefit of higher education institutions in Colombia, we will proceed to analyze the doctrine, jurisprudence and legal standards used in international models and their application at the national level.

A first review of the financial information of some Colombian universities shows that the intellectual property works susceptible of being valued as intangible assets are not reflected in the statements of financial position or statement of income; their inclusion by positive effect would increase their commercial value and also their recognition. Today, the most important universities in the world record and capitalize their results of new knowledge and, consequently, each institution generates different types of intangible assets. This reality is studied and presented below.

Key Words: Intangible Assets, Intellectual Property, University, Registry, Products

Introducción

Siendo la universidad epicentro de la investigación en todos y cada uno de los campos de la ciencia, la tecnología, los diversos aspectos sociales y humanos, su participación es determinante para el desarrollo de la sociedad, su producción intelectual es relevante a toda luz, de hecho, las normas propias han sido creadas después de un amplio recorrido histórico de adaptación y desarrollo.

En el contexto colombiano, los avances en el sector son muy lentos e incluso inexistentes, las normas generales no se han reglamentado en algunas instituciones de educación superior, dejando sin piso jurídico diferentes aspectos del Derecho de la Propiedad Intelectual y el régimen especial de los Derechos de Autor en él inmerso.

Este estudio parte de una investigación descriptiva y cualitativa que analiza desde el concepto general del tema, hasta las características principales, los requisitos para su reconocimiento y validez y la naturaleza jurídica de los Derechos de Autor, además de destacar sus mecanismos de control y protección. El análisis jurídico del tema es sistemático, partiendo del hecho histórico, las fuentes formales del derecho, el desarrollo legal, jurisprudencial y doctrinal decantándose en la aplicación práctica del mismo en las instituciones educativas, a través de sus reglamentos o estatutos de propiedad intelectual. Se busca llegar a establecer la trascendencia y necesidad que implica lo relacionado a los derechos de autor y conexos en el contexto universitario, así como resaltar en el medio educativo los conceptos básicos sobre Derechos de Autor, los principios jurídicos de los mismos, así como algunas aplicaciones prácticas en el contexto académico universitario.

Realizando la revisión pertinente a las formas y modelos de gestión aplicables al reconocimiento y valoración de los Derechos de Autor en algunas instituciones de Educación Superior, se encontró que la dinámica del conocimiento y la innumerable producción intelectual allí inmersa, es justamente su mayor elemento de trabajo y que las obras allí producidas son parcialmente reconocidas, aceptadas y valoradas como sustento de producción de conocimiento, desarrollo y tecnología y que por ende son susceptibles de protección por línea de derechos morales y patrimoniales, siendo precisamente esta parte la que falta para completar la ecuación.

Panorámica Legislativa y Disposición de los Derechos de Autor en el Ámbito Universitario Colombiano

La universidad colombiana necesita dominar ampliamente el tema de la Propiedad Intelectual, y de los Derechos de Autor, pues al converger en ella la ciencia, la tecnología, el arte, los avances en comunicaciones, generan nuevo

conocimiento y mejoran el existente para las naciones. En el ámbito universitario dadas sus características propias y especiales, confluyen los procesos básicos de toda la producción intelectual y al parecer es allí mismo donde poco o nada se reconoce su valor y donde menos se busca su reconocimiento y protección. Al respecto enfatiza la directora del centro de investigaciones de la facultad de Derecho de la Universidad Cooperativa de Colombia, Piedad Lucía Barreto Granada (Universidad Cooperativa de Colombia, 2016), que el hablar de Propiedad Intelectual significa compromiso con el crecimiento de un país, siempre y cuando se unan esfuerzos desde la universidad en pro del desarrollo económico y social.

La actividad docente desarrollada en las universidades del mundo, enmarca un sinnúmero de relaciones propias del uso, manejo y creación de productos susceptibles de protección por el derecho de autor, entre ellos libros, textos, fotografías, videos, diapositivas, audios y muchos otros elementos. En algunos casos todos estos materiales han sido creados por los docentes y, por ende, aparece así la pertinencia de acudir a la protección jurídica de todas estas obras. Sobre este hecho surge la importancia y necesidad de estar debidamente informados sobre las diferentes posibilidades que las leyes, reglamentos y estatutos brindan en temas como los permisos y prohibiciones de uso, la apropiación o producción de frutos de la producción intelectual nacida en el medio académico universitario.

Siendo la universidad epicentro de la investigación científica, tecnológica, social y humana, su participación es fundamental en el desarrollo de la sociedad, su producción intelectual es relevante a toda luz, de hecho, las normas propias surgen después de un amplio recorrido histórico de adaptación y desarrollo.

El dinamismo de la sociedad tecnológica del siglo XXI, necesita de esta protección que ofrece y garantiza el Derecho de Autor, que, por regla general, protege el régimen mundial de Propiedad Intelectual, su desarrollo es tanto evidente como necesario en el ámbito universitario, dado que cada vez más están apareciendo nuevas áreas o carreras profesionales y con ellas nuevos productos y formas de expresión creativa.

Factor determinante es entonces, la velocidad de las redes y el mundo global sin fronteras en la internet, las nuevas formas de interacción y afectación del contexto académico en materias tan importantes como el arte, la salud, la justicia, la libertad de expresión, el derecho y la educación, en todos estos campos se requiere socializar y generar además una formación y sensibilización en esta importante área del derecho; y es que la Propiedad Intelectual cobra especial relevancia hoy, dadas las necesidades y exigencias de esta nueva y muy veloz transformación social. Dentro de esta misma dinámica aparecen todas y cada una de las diferentes situaciones que dan nacimiento al derecho sobre la propiedad intelectual y específicamente los derechos de autor, obligando a su reconocimiento y protección, no solo para cada uno de los productos, sino también, para cada uno de los derechos que se pueden debatir sobre un sustento de orden creativo y de titularidad, incluidos los derechos patrimoniales, que son susceptibles por ejemplo, de cesión, situación que se analizará a fondo en el desarrollo de este trabajo.

En el contexto colombiano, los avances en el sector son muy lentos e incluso inexistentes, las normas generales no se han reglamentado en algunas instituciones de educación superior, dejando sin piso jurídico diferentes aspectos del Derecho de la Propiedad Intelectual y el régimen especial de los Derechos de Autor en él inmerso. El asunto de por sí es muy complejo, incluye aspectos como: ¿Quiénes son titulares de derechos? ¿Qué obras son objeto de protección? ¿Cómo procede el manejo de las bases de datos? ¿Cómo se reconoce y estudia el derecho moral y el derecho patrimonial? ¿En qué consiste el derecho de transformación de una obra? ¿Cómo y cuándo se puede ejercer la transmisión de los derechos patrimoniales?

Vista su complejidad y llevada ésta al ambiente laboral universitario, es preciso revisar y confrontar la norma aplicable a los contratos laborales de docentes e investigadores, se debe considerar la forma de ampliar su aplicación a las formas tecnológicas actuales de expresión y producción, es decir, estudiar cada una de estas situaciones en el contexto universitario, ya que en ocasiones están siendo abordadas por simple y directa adhesión, sin el debido sustento jurídico, adaptando la norma general venida del exterior por tratado internacional o por acuerdos, como el de la Comunidad Andina de Naciones para nuestro caso colombiano, pero sin el desarrollado correspondiente en los reglamentos y las normativas institucionales.

En el marco latinoamericano el estudio y valoración de la Propiedad Intelectual, Derechos de Autor se encuentra en pleno desarrollo, la normativa colombiana rige desde la Constitución Nacional de 1991 en su art. 61, el Código civil, el Código penal y, adicionalmente, se desarrolla en normas específicas como la Ley 23 de 1982, y se nutre de acuerdos internacionales como la Decisión andina 351 de 1993, cuyo objeto es el régimen común sobre el Derecho de Autor y Derechos Conexos. En cuanto a la jurisprudencia, la doctrina y el desarrollo legal, se recibe el ejemplo y aporte directamente de Europa y los Estados Unidos, de allí adoptan las diferentes posturas que permiten obtener su reconocimiento y protección en un sistema amalgamado por las dos fuentes y formas del derecho. A pesar de todo lo anterior y sin ser este un listado exhaustivo de normas, acuerdos o tratados, su aplicación apenas y de manera muy reciente comienza a cobrar importancia en el mundo académico colombiano.

Es importante destacar también, la relación e interacción entre derecho y tecnología, relación que es de por sí, fuente creadora de la ciencia jurídica universal hoy por hoy, al ser transversal a esta realidad el proceso formativo, la docencia, la investigación y la academia son productores y receptores de toda la creatividad del ingenio humano que se da en el mundo entero, por tanto dadas las condiciones especiales de cada institución educativa su aplicación debe ser casi que individualizada y no asimilada de forma genérica, por igual para todos, pues las realidades y los contextos son de por sí diversos en cada caso, por ejemplo, no todas las instituciones publican sus propios libros y textos, algunas lo hacen en físico y otras acuden a medios digitales, algunas presentan productos para ser comercializables y otras aplican *Creative Commons*, de esta manera las formas de proceder frente a los productos susceptibles de protección por vía del derecho de autor debe ser estudiada y analizada, buscando favorecer los autores y también a las instituciones.

Las circunstancias en este orden pueden producir controversias sobre la titularidad y autoría de la obra creada, dada la constante utilización de materiales protegidos y el sinnúmero de perjuicios que en el entorno digital se da de ellos, característica propia de la red, pues en el entorno análogo la realidad de la fotocopia, por ejemplo, ofrece otras visiones y usos. En todo caso, la ley define y puntualiza los usos legales de las obras inclusive en el

mundo académico, solicita especial atención para efectos de reproducir, difundir y comunicar en el entorno digital, factores como la posibilidad de reproducción y sus consecuencias económicas, en ocasiones y coloquialmente se hace realidad el dicho “lo barato sale caro”.

De otro lado, pero en igual sintonía, la Propiedad Intelectual (Derechos de Autor), desarrollada en el contexto universitario es susceptible de valoración económica como activo intangible. Esta oportunidad apenas está siendo visualizada en la información empresarial y financiera de las Instituciones de Educación Superior en Colombia, lo cual de por sí ya es un gran problema en un mundo globalizado en el que la producción intelectual es el motor de todo proceso científico, académico productivo y por ende económico.

Por tal razón se analizarán apartes de algunos reglamentos y manuales de propiedad intelectual que recientemente están apareciendo para su aplicación y conocimiento, algunos de ellos nacen en el año 2013 y continúan su implementación aun hoy, siendo necesario, pertinente y apropiado su estudio, análisis e interpretación en este momento coyuntural de desarrollo para el país, de cara también a una nueva relación social prevista por el tema del posconflicto.

Así lo abordan Baquero y Ariza (2014), en su artículo titulado Educación, paz y posconflicto: oportunidades desde la educación superior, porque es la Universidad la que tiene el compromiso de hacer parte de la realidad del país, y sobre todo en medio de los acuerdos de paz, el asegura que “la academia ha estado en silencio y sin ningún pronunciamiento al respecto”.

La mayor motivación surge entonces para quienes están interesados en este asunto, pues la necesidad común, la importancia y la búsqueda de un estudio serio que permita analizar y profundizar en el tema, invita a buscar orientación pertinente y acertada para las instituciones que necesitan empezar a reconocer y prever los elementos actuales de la normativa, lo naciente y aplicable a futuro en esta importante área del derecho; aún más, se requiere llegar a generar pasos o directrices de ayuda en la reglamentación del tema al interior de las instituciones académicas.

Los procesos específicos de la labor educativa han sido siempre permeados por los desarrollos tecnológicos y que, según las circunstancias, han tenido que adaptarse y aplicar los medios más pertinentes de la técnica atendiendo a la evolución de la ciencia y la tecnología. Por tanto, un docente ha de manejar un gran número de herramientas tecnológicas porque está encaminado a producir materiales en diferentes formatos y estilos, que obligan a un análisis sobre la titularidad y sesión de derecho frente a plataformas tecnológicas, aplicaciones y páginas web. En este punto, ha de subrayarse que estas últimas no emplean un estándar fijo sobre los Derechos de Autor, pues cada una de ellas tienen manejos particulares, generalmente desconocidos por los autores del medio académico, de aquí una razón más que convoca para analizar esta realidad y a la vez buscar orientar los intereses de un sector fundamental de la sociedad.

Un ejemplo de la trascendencia del asunto en cuestión lo plantea en el año 2011, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI (2011) al entregar la “Guía práctica para la creación y la gestión de oficinas de transferencia de tecnología en universidades y centros de investigación de América Latina”, en este documento se presenta el interés que recientemente ha despertado en las instituciones de educación el intercambio, posicionamiento y valoración de los productos nacidos de la actividad académica universitaria, la posibilidad de reconocimiento y frutos inclusive económicos que pueden redundar en el desarrollo y crecimiento mismo de las instituciones. Aunque ya han transcurrido más de 10 años de la presentación y el análisis realizado en esta guía, en el mundo académico colombiano los avances han sido muy pocos, y salvo en algunas destacadas instituciones de educación superior, el desarrollo y evolución ha sido nulo.

El mismo documento en mención enfoca la razón de ser de esta situación, desde una vista académica considera que a pesar de la necesidad y las experiencias internacionales, no se han desarrollado condiciones mínimas que puedan permitir la valoración, control y aprovechamiento de la propiedad intelectual (en adelante PI), más aun, cuando en las universidades no son claros los métodos para el aprovechamiento de estos bienes intangibles que la PI representa y que pueden y deben ser protegidos por el Derechos de Autor (DA).

Se destaca entonces, que, dadas las características propias de estos bienes, y, si bien jurídicamente constituyen Derechos reales, en particular, Derechos

reales que recaen sobre bienes inmateriales, también otras disciplinas los denominan: sencillamente intangibles, capital intangible, activos intangibles (AI), recursos intangibles, capital intelectual, capital humano, propiedad intelectual, capital relacional, capital estructural, su importancia en algunos campos y para algunas actividades, no es lineal, así, por ejemplo, algunas instituciones al no poder percibir beneficios económicos de manera directa e inmediata pierden interés en ellos, olvidando que por sus especiales características algunos AI, podrán entregar un valor económico a futuro.

Frente a una realidad que afecta de manera innegable, se hace más que necesario generar, diseñar e implementar un modelo de estudio, reconocimiento y valoración de los DA y los derechos conexos en el ámbito académico en beneficio de los autores y la institución en este caso la “Universidad”.

La razón de ser de este esfuerzo académico es permitir que se orienten las acciones propias para gobernar, dirigir, ordenar, organizar y disponer todo lo referente a la propiedad intelectual en su campo de los DA.

En la búsqueda de este objetivo se da comienzo desde la realización de un análisis para determinar la tendencia y el reconocimiento de los DA, en las universidades, a través de procesos de investigación en PI desde la realidad actual. El manejo de la PI, es un área de trabajo en pleno desarrollo, y más en las universidades colombianas, donde apenas se dan los primeros pasos hacia el establecimiento de la importancia y trascendencia de esta realidad y necesidad.

Precisamente para generar esa cultura en torno al proceso de PI es necesario dar inicio a una labor de estudio y posterior formación en temáticas relacionadas, comenzando desde el mismo proceso de identificación de productos susceptibles de reconocimiento por normas de derechos de autor, sus titulares de derechos, pasando por conocer el objeto de cada uno de ellos, el modo de adquisición, la autoridad competente que los rige o administra, su naturaleza jurídica, y hasta el tiempo de duración de su protección.

Se desarrollará el estudio y apropiación de normas internacionales y sus correspondientes perfeccionamientos legales al interior del país, al igual que los reglamentos internos de algunas instituciones universitarias, pues de esta

realidad participan todos los miembros de la comunidad académica, docentes, estudiantes y personal administrativo.

La capacitación y formación de la comunidad en este aspecto es necesaria, dado el marcado interés e impacto que de manera transversal afecta todas las áreas de la universidad, por tal razón se motivará la utilización de los sistemas de registro de la propiedad intelectual, se hará énfasis en la importancia y las ventajas que brinda la protección y el respeto por la PI y en específico los DA.

Logrando sensibilizar la comunidad, se reconocerá y empezará el diagnóstico sobre existencia de obras protegibles por derechos de autor en la universidad, proceso que de igual manera se podrá replicar o repetir en diferentes instituciones de educación superior, en las cuales se dará un primer paso realizando un inventario de los productos existentes susceptibles de protección, partiendo de los informes de los proyectos de investigación, lo cual dará un primer resultado de productos, continuando con un diagnóstico sobre los productos que se tienen y no se han registrado, los productos que están en desarrollo en los proyectos de investigación y que se puedan registrar a corto plazo.

Para la institución universitaria es necesario oficializar los procedimientos necesarios de reconocimiento y valoración de los DA, a través de formatos, instructivos y manuales de procesos y procedimientos, en ellos se destacara la generalidad del tema, se puntualizara el concepto de DA, los requisitos de existencia y calidad exigidos para cada uno de ellos, la forma de registro y los documentos necesarios para el mismo, la gestión misma frente al proceso de DA y los procedimientos para el reconocimiento.

Para los productos identificados susceptibles de registro, el paso a seguir será el registro ante el ente encargado, en el caso colombiano la Dirección Nacional de Derechos de Autor DNDA. En este proceso se dará aplicación a los principios y normas que rigen este tema en Colombia y que son coherentes y a la vez extensión de lo reglado a nivel mundial, algunos de los requisitos básicos exigidos para reconocer este tipo de PI presentan básicamente las siguientes características (ESAN Graduate School of Business, 2016), “son un activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física”, pero que representan o pueden llegar a representar valores económicos importantes y

que seguramente para la institución hasta este momento, no son incluidos en los estados financieros; la razón no es otra que el desconocimiento total de ellos por falta de información adecuada y vigente que facilite su inclusión en los balances financieros representando beneficios.

De este modo, tendrán oportunidades diversas para desarrollar hábitos y conductas apropiadas en torno al reconocimiento, aplicación y apropiación de los productos de PI, se generará un reconocimiento y respeto por el que hasta ahora es un tema difuso, y que hace del tema de la Propiedad Intelectual PI y la inclusión de los Activos Intangibles AI de Derechos de Autor DA en los balances de las universidades, un área en pleno desarrollo.

Un logro principal inmediato es que se incentiva el espíritu innovador y los mecanismos que potencializan la investigación y el desarrollo de las diferentes universidades, a través de las condiciones que son propias de cada región colombiana.

Se reitera el surgimiento en el ambiente universitario de nuevas opciones de trabajo, de creatividad, de desarrollo tecnológico y, por ende, de productos objeto de reconocimiento y valoración por parte del DA, efectos propios por línea de los derechos patrimoniales, como lo pueden ser el derecho de reproducción, de comunicación pública de una obra protegida, al igual que el derecho de transformación, de distribución, el mundo contemporáneo, requiere una nueva interpretación y aplicación, para los contratos, la gestión colectiva, el registro y la protección frente a los actos de afectación y defraudación al DA.

Para la realización de este documento se realizó la siguiente pregunta que plantea el problema:

¿Es necesario definir, acercar y aplicar la normativa de Derechos de Autor al ambiente académico universitario colombiano?, de igual manera se presentó como objetivo general, la importancia de reconocer los Derechos de Autor y conexos en el ámbito universitario, a través de procesos que permitan el reconocimiento, análisis y estudio de los conceptos básicos sobre DA, los principios jurídicos de la PI y las aplicaciones prácticas de los DA en toda la producción que cotidianamente entrega el proceso académico universitario.

En la metodología utilizada se planteó como hipótesis, que la forma de aplicación y reconocimiento de los derechos de autor en el contexto académico universitario no ofrece los mejores resultados a los autores y tampoco a las instituciones educativas, su aplicación no reconoce la importancia de las obras, su valor creativo y hasta económico, la producción intelectual del docente universitario representa un motor de la ciencia, el arte, la creatividad, la tecnología y el desarrollo, estando obligados a reevaluar la utilización que se está haciendo de esta capacidad especial que se desarrolla en la instituciones de educación superior en Colombia.

El estudio del tema parte de una investigación descriptiva y cualitativa que analiza desde el concepto del tema, el objeto del mismo que es de por sí, la protección, las características principales, los requisitos para su reconocimiento y validez y la naturaleza jurídica de los DA, además de destacar sus mecanismos de control y protección que le son pertinentes. El análisis jurídico del tema será sistemático, partiendo del hecho histórico, las fuentes formales del derecho, el desarrollo legal, jurisprudencial y doctrinal decantándose en la aplicación práctica del mismo en las instituciones educativas en sus reglamentos o estatutos de propiedad intelectual.

Como premisa principal se establece que es necesaria la organización interna en las instituciones de educación superior, frente al manejo del tema de los derechos de autor, pues, aunque Colombia acata las normas internacionales, los tratados y convenios, el desarrollo particular al interior de las instituciones debe darse en concordancia e individualización de características propias de cada institución.

En este estudio se evalúan algunas fuentes primarias, partiendo del hecho que los autores son docentes universitarios, de igual manera se sustenta la interpretación partiendo de información tomada de libros, artículos de revistas y estudios en general, también algunos textos y diferentes documentos físicos y digitales, los cuales han permitido el análisis de otras realidades presentes en diferentes lugares e instituciones, se reconoce lo aportado por diferentes escritores y estudiosos del tema, buscando destacar los aspectos relevantes y de beneficio a la situación de la universidad colombiana, de igual manera es de total importancia relacionar parte del sustento jurídico emanado de la doctrina, la ley y la jurisprudencia internacional y nacional.

Para el análisis, estudio y comprensión de las temáticas de orden jurídico se ha partido de un estudio sistemático, analítico y descriptivo, inicialmente de casos o situaciones que sirven de ejemplo, se interpretan los textos buscando su verdadero sentido y se proponen acciones que permiten su aplicación y realización. El procedimiento básico consiste en la fijación de un tema principal objeto de estudio, el relacionar algunos subtemas relevantes también, se busca y selecciona material jurídico pertinente, se procede a su análisis e interpretación, sustentación de argumentos y propuestas que permiten llegar a unas conclusiones, no solo teóricas sino prácticas y aplicables en el mejor de los casos.

El Derecho de Autor

Notas sobre los Derechos de Autor

Según Bondía, 1988 citado por (Muriel, 2009), la profesora Delia Lipszic citado por (Pacheco, 2004) consultora de Derecho Internacional Privado y titular de la Cátedra Unesco de Derecho de Autor y Derechos Conexos y el Centro Colombiano del Derecho de Autor CECOLDA (s. f.), los derechos de autor hacen parte fundamental de la propiedad intelectual, y tienen como objetivo solucionar conflictos entre autores de “creaciones intelectuales” o de toda “expresión humana” que se ve materializada en obras literarias, musicales, artísticas, científicas, entre otras, y las demás partes interesadas que las comercializan y las consumen.

Del mismo modo y en igual sentido Rengifo (como se citó en Pacheco, 2004) señala que, “...El derecho de autor es una moderna disciplina jurídica que regula la particular relación del autor con su creación intelectual y de ésta con la sociedad...”.

Por su parte Wilson Ríos (Gobierno de la República del Ecuador, s. f.) explica que, “...la Asamblea General de las Naciones Unidas, por medio de la declaración universal de los derechos del hombre de 1948, elevó a la categoría de derecho humano el derecho de autor...”.

Se debe destacar entonces que se habla de un derecho “moderno” y que se elevó a la categoría de Derecho Humano; cómo no podría ser, si es que las

creaciones de las que el D.A trata, son eminentemente humanas, incluye todo lo considerado arte, es decir todo lo escrito en sus diferentes formas y géneros, las obras dramáticas, el software, obras audiovisuales reproducibles por cualquier medio, danzas, obras pictóricas, esculturas, de arquitectura, la ciencia, la tecnología, en sí, el pensamiento mismo de la persona. Es por eso que se le reconoce una de sus principales características como derecho moral, y es que moral y sujeto van perfectamente imbricados, en la naturaleza no tendría un análisis o discurso moral, es eminentemente humano, y el complemento no tan virtuoso, pero finalmente humano también es el derecho patrimonial.

Aparece aquí un elemento que no se había mencionado en este escrito y es la originalidad de la obra como factor importante para el reconocimiento de los derechos en mención.

El tema ha obligado a empresas mundiales a fijar un concepto acorde a las normas internacionales que ellas puedan defender y trabajar, por ejemplo, Microsoft (Caparroz & Guerrero, 2020); “Los derechos de autor son una de las formas de protección que se aplican a la "propiedad intelectual", es decir, algo que resulta del esfuerzo intelectual”. La propiedad intelectual puede incluir patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, signos distintivos, libros y otros. El Derecho de Autor, según la ley estadounidense, el autor de la obra adquiere el derecho exclusivo para distribuir, adaptar o exhibir públicamente su obra.

De manera uniforme con el precepto normativo mundial la empresa Microsoft, que se nutre principalmente del derecho anglosajón (*COMMON LAW*) diferente al nuestro que es Continental Europeo, sigue la directriz y en su interpretación considera todos los elementos básicos del DA, sin embargo, amplía la conceptualización al reconocer el valor económico que le es inherente a través de diferentes formas previstas como las patentes, las marcas, los logos y demás.

Para el caso colombiano se describirá el concepto emitido por la Ley 23 de 1982 (Congreso de la República), en la cual su artículo primero define claramente quien es considerado autor, específicamente en la producción de corte literario, científico y artístico, otorgando especial protección, incluyendo

a un sin número de intérpretes o ejecutantes, productores y medios de difusión protegidos por los derechos conexos que les son propios. De igual manera en su artículo segundo, menciona el acto de creación desde el ámbito espiritual del individuo, sin que se exija ninguna formalidad o ritualidad para reconocer la creación de las diversas obras, tampoco establece diferenciación por su uso, su destinación, así también se deja abierta de igual manera la implementación de las diferentes tecnologías que pueden surgir por efecto del avance tecnológico de la vida humana, es decir, no limita la permanencia, ni titularidad de la obra por efecto de expresión física o tangible.

La principal apreciación jurídica del derecho de autor los define como “los derechos del autor sobre su obra artística y literaria” (WIPO, s. f.), siguiendo la directriz de este ente rector del tema de la Propiedad Intelectual y del Derechos de Autor, se debe concentrar la atención en los elementos fundamentales que evidencian la importancia y trascendencia de los Derechos de Autor en el mundo, el autor y su obra son objeto de total protección por el sistema normativo, no importa la forma de expresión que se utilice, además, si bien existen listados de tipos de obras o productos la posibilidad del ingenio humano no se limita y la protección se extiende hasta las formas que aún están por descubrirse, por tal razón es que el ámbito universitario debe actuar de forma coherente con el uso, valoración y reconocimiento del trabajo de los autores y sus obras, ya que se está dejando de lado la trascendencia de su trabajo y no se está logrando el beneficio que en conjunto puede llegar a los docentes universitarios y a sus instituciones, reconociendo que en este momento se están logrando avances en este campo se deben dar y desarrollar muchos más, pues no es suficiente con el reconocimiento del autor por sus especiales condiciones intelectuales o laborales o por sus maravillosas ideas y presentaciones intelectuales sino que el esfuerzo debe llegar a la protección efectiva de las mismas y extenderse a las formas propias como se exteriorizo o se hizo tangible dicha labor intelectual.

Breves Antecedentes del Derecho de Autor

Este recuento histórico de los Derecho de Autor inicia hace unos 300 años, sus cambios y evolución son el fruto del avance mismo de la humanidad, las características de cada momento han ido generando elementos nuevos de reconocimiento y valoración al ingenio humano, su aporte es evidente a la economía de los países, a la calidad de vida de las sociedades, por ejemplo, con las obras artísticas y sus diferentes formas culturales, también como elemento de expresión y desarrollo del pensamiento filosófico y hasta de la política. Por su propia razón de ser la PI y los DA en el entorno académico, es decir en la educación, son de unión innegable y de correlación en el sentido de su utilización y de su generación o producción, en el aula y en el desarrollo de las labores educativas se producen y se utilizan materiales de todo tipo generalmente protegidos por el DA, aquí entonces se prevén normativamente los usos permitidos y las limitaciones que por su propia naturaleza y función se deben dar.

Un hito importante para este estudio lo marca la aparición de la imprenta de Johannes Gutenberg hacia el año 1450, en Maguncia Alemania, quien con su invento (también fruto del ingenio humano), logró ofrecer la popularización del conocimiento al poner en manos de muchas más personas obras escritas. Una nueva tecnología trae consigo cambios y adecuaciones en múltiples sentidos, “Los privilegios se encajan dentro de la “salvaguardia industrial, destinada a indemnizar a los libreros por los gastos generales de publicación y por los riesgos comerciales de la empresa” (Pabón, 2009).

Desde un comienzo los dos elementos principales de los Derechos de Autor generan pros y contras, derecho moral y derecho patrimonial son generadores de múltiples conflictos de intereses, una de las primeras referencias históricas enmarcadas a un ámbito de protección jurídica en este campo del Derecho de Autor aparece con el estatuto de la reina Ana de 1709, siendo promulgado por el parlamento inglés, así lo referencia la OMPI (1999) en su artículo titulado “La Protección Internacional del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos”, el Estatuto de la Reina Ana presenta una situación histórica que provoca el reclamo de estos derechos de Autor, al presentarse un choque de

intereses entre una empresa editora de libros quien deseaba ostentar el monopolio de las obras por tiempo indeterminado y los autores quienes tenían en ese momento la posibilidad de cambiar de editor, la dificultad en el tema la sufría el autor que no había registrado su libro. El aporte y logro importante en este sentido se da más adelante frente a la facultad que tiene el autor de autorizar la copia y reproducción o no de su obra. En la actualidad se presumen reconocidos los derechos al momento de creación de la obra, sin embargo, el registro ante las oficinas especializadas (Dirección Nacional de Derechos de Autor en el caso colombiano) se convierte en un importan y definitivo medio probatorio en caso de litigio.

Un referente histórico colombiano lo expone Johnny Antonio Pabón Cadavid (2009), en su artículo “Aproximación a la historia del derecho de autor: antecedentes normativos”, el escritor se traslada al momento posterior a la independencia colombiana en la primera mitad del siglo XIX, mencionando la participación de un colombiano; José María Torres Caicedo, en la formación del convenio de Berna y el contraste dado con la existencia de un primer modelo de protección de los derechos al estilo inglés similar al Estatuto de la Reina Ana de 1710, desde allí es evidente la influencia que se siente aun hoy sobre los desarrollos legales ocurridos en el derecho continental europeo y su injerencia en las normas nacionales colombianas.

Un estudio serio de los derechos de autor debe contener las normas internacionales, su armonización al derecho interno y su desarrollo particular en los reglamentos o manuales de propiedad intelectual de las universidades en Colombia.

Sustenta también esta necesidad el profesor Baruch Lev (como se citó en Plata, 2005) quien aporta la siguiente tesis: en la actualidad, el nuevo modelo económico llamado también “nueva economía del conocimiento” está integrado por los activos intangibles, la información y la tecnología.

Por tanto, estando inmersa la universidad en la producción de conocimiento, en la dinámica constante de evolución tecnológica y científica, y a la vez siendo motor de la productividad académica intelectual (Derechos de Autor) y los avances científicos y tecnológicos (Propiedad Industrial) es

obligatorio aplicar directamente las reglas económicas y su correspondiente desarrollo legal en estos campos, la forma adecuada es presentar y aprobar al interior de las instituciones educativas manuales y procedimientos que reconozcan y valoren la producción intelectual de los miembros de cada comunidad académica.

Un ejemplo de esta particularidad lo plantea Ramiro Andrés Flórez Garrot (2011), en su tesis de grado titulada “El Derecho de Autor y Educación Virtual: Caso Universidad Nacional de Colombia –Universidad de los Andes– Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)”, donde hace énfasis en la actualización que debió aplicar el convenio de Berna en el año 1971, cuando se debieron incluir conceptos y avances tecnológicos que no existían al momento del nacimiento del convenio, conceptos como por ejemplo el cine, la radio, la televisión, las máquinas de fotocopiado, que fueron novedades en dicho año social y académicamente. En las universidades hoy se vive un fenómeno similar cuando se tiene que hablar de la inclusión de los medios tecnológicos en el aula, Wifi, internet, cine, o instrumentos como escáner, cámaras fotográficas digitales, las grabadoras de audio, las aplicaciones, las redes sociales, las plataformas virtuales, la nube, y muchos más conceptos que están presentes en el aula y que llevan junto a ellas marcos jurídicos relativos a la propiedad intelectual protegida por derechos de autor.

Como generalidad se debe destacar que el Derecho de Autor nace desde el momento mismo de la creación y no requiere de ninguna formalidad según lo dispuesto en el Convenio de Berna de 1971, art 5 (OMPI, 1993), de igual manera es una generalidad que en cada país se proponen los requisitos necesarios o exigidos para otorgar la protección del Derecho de Autor, principalmente el de la originalidad de la obra y esta condición aplica frente a obras tales como: pinturas, bases de datos, obras coreográficas, libros, folletos, canciones, fotografías, entre otros, así lo establece el Convenio de Berna artículo 2.

Contenido del Derecho de Autor

El dominio de la obra propia reconoce al autor la posibilidad de controlar en todo sentido el uso y manejo de su creación, en términos comerciales se dice

que le autoriza ejercer un monopolio legal, este incluye la autorización de su uso y explotación. Con el paso de los años estos Derechos de Autor se han venido desarrollando y acomodando a las diferentes circunstancias sociales, la influencia de la ciencia y la tecnología y en ellas todas y cada una de las diferentes formas de reproducción y publicidad de las obras.

Cuestión fundamental en este estudio es recordar que el Derecho de Autor está compuesto principalmente por estas dos partes, que vistas de forma independiente se desarrollan así, derechos Morales y Derechos Patrimoniales.

Derechos Morales

El derecho moral protege la calidad del autor frente a su obra y le otorgan un conjunto de facultades destinadas a ese fin, estos derechos son reconocidos por la jurisprudencia Constitucional Colombiana como “intransferibles, irrenunciables e imprescriptibles”, además ha expresado que estos se consideran derechos fundamentales, se establece de esta manera al ser estos indudablemente inherentes a la capacidad creadora del ser humano y una forma de expresión única de su sentir, su análisis, su apropiación, su forma propia y especial de expresión, de hecho dos personas que escriben una obra musical sobre el amor encuentran diversas formas de contar una historia o de ofrecer una melodía o de escenificar una obra teatral al respecto, cada autor describe, modela, crea o recrea su obra, encontrándose allí mismo la razón de protección a su creación.

La Decisión Andina 351 de 1993 Art. 11 (Comisión del Acuerdo de Cartagena) y la Ley 23 de 1982 Art. 30 (Congreso de la República), desarrollan los conceptos de derecho de paternidad de la obra y lo enuncian como aquella facultad propia del autor a exigir que su nombre permanezca unido por siempre a su obra, evitando errores, apropiaciones indebidas o cualquier abuso en torno a la obra que ha sido fruto de su creación. De la misma manera se prohíbe por principio normativo y a favor del autor, cualquier uso que altere la originalidad de la obra, naciendo así el derecho de integridad, resaltando aquí mismo las diferentes formas de explotación de una obra, es decir la obra que es libro, pero se desea convertir o modificar en película. Se recuerda la posibilidad que tiene

el autor de publicar o no su obra, es decir mantenerla inédita si así lo desea, o de retirar una obra ya publicada a voluntad del autor, todo lo anterior se establece en doble línea, pues si se afectan derechos de terceros interesados o partícipes en la edición o difusión de la obra se deberán indemnizar, así como también podrán ejercer algunas de estas facultades los herederos titulares de estos derechos.

Derechos Patrimoniales

Por otro lado, los Derechos Patrimoniales de Autor son el conjunto de privilegios que permiten al titular de la obra, inspeccionar la explotación económica de su obra, son transmisibles, por un tiempo determinado y la ley determina limitaciones y excepciones al derecho de autor, quien podrá de manera directa y autónoma por acción o por omisión, permitir o limitar, el uso de su obra. Este principio obedece a la llamada teoría utilitarista del Derecho de Autor, que surge del sistema del derecho anglosajón y otorga mecanismos de protección en razón al beneficio que las obras otorgan a la sociedad y sustenta en ello los beneficios económicos que de las obras de DA se pueden generar.

La legislación y los acuerdos internacionales suscritos por Colombia manifiestan algunos de estos derechos como potestad única del autor, es decir a manera de ejemplo todo acto de reproducción de obras protegidas, sin importar la forma, el sistema tecnológico, el alcance en el mercado, la cantidad de obras reproducidas o comercializadas a través de la impresión, el dibujo, el grabado, la fotografía, el moldeado, el fotocopiado, la microfilmación, la grabación mecánica, cinematográfica o magnética, en un mundo digital que puede generar miles o millones de violaciones al acto o al hecho de la reproducción. Se definen en las normas en estudio los conceptos de Comunicación Pública, distribución, transformación, se incluye el Derecho de Seguimiento (*Droit de Suite*), que le permite al autor percibir ingresos por venta sucesiva de sus obras (Broto, 2016).

Los derechos de autor patrimoniales se extienden tanto como las posibilidades de explotación se extiendan también, dependiendo de cuanto desarrollo e interés tenga o pueda llegar a tener una obra, aquí jugará papel importantísimo el desarrollo tecnológico del siglo XXI, es por tanto que

cuando la ley 23 de 1982 (Congreso de la República) menciona en su articulado posibilidades de explotación o aprovechamiento económico de la obra como: “Reproducción, comunicación pública, distribución y transformación, adaptación o arreglo” no está presentando una lista taxativa sino más bien enunciativa, dejando abierta la posibilidad a los adelantos tecnológicos y con ellos las nuevas y futuras formas de comunicación y transmisión del conocimiento del ser humano, aquí se subraya que la transmisión de derechos o cesión de los Derechos de Autor, no se predica de métodos o sistemas técnicos no conocidos hoy, es decir que si a futuro aparecen nuevas formas de transmisión del conocimiento, la ciencia y la tecnología, la cesión hecha no cubre directa y absolutamente la nueva forma de expresión de las obras, constituyendo así un limitante a las cláusulas absolutas de cesión en los contratos.

También dentro de lo que se ha llamado por los estudiosos del tema el factor subjetivo se encuentra la posibilidad de la cesión de derechos, para lo cual, lo necesariamente fundamental es que el cedente ostente la condición de autor, asimismo la ley faculta al autor para que frente a incumplimientos de la relación contractual el cedente puede hasta llegar a resolver el contrato y la cesión que en él se pudo dar, si esto llegara a pasar en un contexto académico surgirían problemáticas sobre el uso y manejo de la PI, ya que ella es el motor de la función formativa de las universidades.

La cesión permite también la transmisión del total o una parte de los derechos, esta circunstancia no ha sido estudiada en debida forma en el contexto colombiano pues se presume contractualmente transmisión absoluta al estilo inglés o Norteamericano del *Copyright*, pero las formas utilizadas en los contratos reconocen derechos morales que son irrenunciables e inalienables y derechos patrimoniales al estilo continental europeo donde se pueden comercializar parcial o totalmente.

Factor Territorial

Una característica importante es la territorialidad del derecho, es decir, que el ámbito de protección se circunscribe al país que otorga la ley de protección, la manera de hacer prevalecer el derecho del autor en otros territorios surge

acorde a los tratados y acuerdos que el estado de origen tenga suscritos, el primer acuerdo internacional también aparece en Europa en BERNA suiza en el año 1886.

A este conjunto de derechos se les otorga una doble condición, una doble visión, un carácter moral y otro patrimonial, esta valoración es característica de la visión jurídica del derecho de tradición continental (*droit d'auteur*), corriente del derecho, con marcadas diferencias e interés con el llamado también Derecho Anglosajón o de *Copyright*, sistema por el cual se ha dejado en segundo plano todo lo concerniente a los derechos morales.

Este sistema normativo descrito hasta ahora parece a primera vista ofrecer un panorama absoluto de protección al autor, sin embargo los derechos en mención no son absolutos, la misma norma prevé la protección patrimonial a la que tiene pleno derecho el autor, pero recordando además una función social que tiene la obra y que se desarrolla en el acceso a la información, la educación y la cultura, es decir, cuando median estos factores es lícita y permitida la utilización de una obra sin permiso del autor.

Con todo, para evitar acciones legales y poder aprovechar estas excepciones se deben cumplir con algunos criterios descritos en la decisión Andina 351 de 1993 artículo 21 (Comisión del Acuerdo de Cartagena), en el Tratado de la OMPI (1996) sobre derechos de autor en su artículo 10, y el Acuerdo sobre los aspectos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio ADPIC artículo 13 (OMC, 1994), donde se presenta el acuerdo internacional que obliga a los diferentes países a tener en cuenta la llamada regla de los tres pasos, que con sus aciertos y dificultades fue promulgada en 1967 en la revisión del convenio de Berna y que dispone claramente “excepciones y limitaciones” a los derechos de autor (Guerra y Naranjo, 2012).

Esta teoría encuentra su origen en los trabajos preparatorios del Acta de Estocolmo de 1967 del Convenio de Berna (que más tarde recogería en su artículo 9.2), D. Limitaciones y Excepciones al Derecho de Autor (OMPI, 1886)

Junto con lo citado anteriormente situaciones como: la defensa de los derechos fundamentales, los factores de competencia, el interés público, y las denominadas imperfecciones del mercado según (Guibault, 2003), son también parte del ejercicio de las limitaciones y excepciones.

Los derechos fundamentales en marcados en la libre expresión y el libre acceso a la información son indicadores de situaciones como citar obras, comunicar y reproducir en medios de comunicación noticias y artículos, o la posibilidad de algunos medios de parodiar obras, otro derecho fundamental es el derecho a la intimidad, por tanto, aparece el derecho de toda persona a generar la copia privada de una obra, el derecho de autor no debe ingresar a la intimidad del individuo acatando también lo dicho por Mónica Torres citado por (Vega, 2010).

En el plano de las instituciones educativas, se goza de un especial régimen de excepciones y limitaciones, fruto de ellas es posible reproducir partes de obras o comunicarlas, bajo la premisa de ser específicamente actividades educativas sin interés económico, prima por ello el denominado interés social.

A las bibliotecas de las instituciones educativas o similares, se permite previo procedimiento administrativo facilitar copias de artículos, copiar una obra completa para poder preservarla. Lo anterior hace referencia no solo a obras en medios materiales sino que incluye la adaptación que la norma debe hacer frente a un mundo digital, es así que los estados deben estar actualizando la legislación para que ella cubra o abarque lo correspondiente a un mundo en red como el actual, aplicando de manera inmediata actualización normativa que incluya protección al desarrollo tecnológico que pueda afectar el Derecho de Autor, en definitiva, “el Tratado de la OMPI de 1996 no supone una disminución o restricción de las limitaciones y excepciones sino que simplemente es una adaptación a la nueva situación y el entorno digital” (Fernández y Guimarães, 2007).

Asimismo lo hace la legislación colombiana al reconocer que es muy complejo para un autor del siglo XXI en plena sociedad de la información controlar los diferentes usos de sus obras, así lo aporta Juan Carlos Serna de la Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas

y Videogramas Musicales APDIF, Colombia, es por eso que fruto de las inquietudes y análisis de los expertos se desarrolla la Conferencia Diplomática de 1996 denominada “Agenda Digital” (Fernández, 2005), en ella esta explicita la directriz que se ha venido mencionando y que es de adecuación constante acorde al desarrollo tecnológico en Colombia.

Protección en el tiempo

El paso del tiempo también es factor importante en el estudio de los derechos de autor ya que por lo menos todo lo referente a los derechos patrimoniales tiene un límite temporal, este llega a su fin por un plazo establecido legalmente. El derecho nace con la creación de la obra y su correspondiente fijación al mundo tangible, persiste durante la misma existencia del autor y por ochenta años después del fallecimiento del mismo, esto para el caso colombiano, de igual manera si el titular de los derechos patrimoniales es una persona jurídica el término es de cincuenta años, a partir de la realización, divulgación o publicación de la obra, superados estos lapsos de tiempo la obra entra en el llamado “dominio público” y entonces la utilización de la obra no tiene límites, cualquier persona la puede utilizar o explotar a su gusto.

Como régimen guía de la legislación colombiana se mencionará el caso español para el cual, por ejemplo, la duración posterior a la muerte del autor es de setenta años. No obstante, en el texto refundido de la LPI de 1987 (Albert, 2019) se aporta una manera o forma de interpretación y aplicación diferente para las obras cuyos autores desaparecidos antes del 7 de diciembre de 1987, serian beneficiados con la ley 10 del 79 es decir con 80 años de titularidad, la situación es que la ley española en este momento otorga titularidad solo por 70 años, posteriores a la muerte del autor. Al ingresar la obra al dominio público es evidente que se pierde la facultad de monopolizar su aspecto patrimonial, sin embargo, el aspecto moral, continuara por siempre. Lo que sí puede ocurrir en cualquier momento es la negociación o transmisión de los derechos patrimoniales, para lo cual las normas ya han definido procedimientos y facultades de las que puede disponer a voluntad el autor, la ley 23 del 1982 (Congreso de la República), en su artículo 182 donde define: que indiferente a

la transmisión del derecho, sea parcial o total, no se incluyen los derechos morales, que están amparados por el artículo 30 de esta misma ley.

De tal manera que la norma general esta para su aplicación, pero es a través de actos de manifestación de la voluntad que el autor puede disponer sobre su obra y los derechos patrimoniales emanados de la misma, en el caso de los docentes universitarios un factor de importante análisis es el contrato laboral, pues en el generalmente van incluidas las cláusulas de cesión de estos derechos.

Y es que, aunque la norma colombiana no exige ninguna formalidad para acreditar la autoría de una obra, es a toda luz mucho mejor proceder con el registro. La norma ley 23 de 1982 en su artículo 193 sugiere la inscripción para efectos tales como el registro, en la intensión de reconocer titulares de derechos, y situaciones relacionadas a la cesión o negocios de propiedad intelectual por vía de los derechos patrimoniales de autor.

Conforme al articulado surge una virtud probatoria de reconocimiento en favor del autor, la mayoría de ellos no registran por múltiples razones, es el caso de los docentes universitarios quienes previamente por contrato han cedido sus derechos a la institución y no se preocupan por hacer el registro y así salvaguardar su derecho moral.

Gestión de los Derechos

La propiedad intelectual que enmarcan los derechos de autor contempla la posibilidad de organizar entidades privadas que protejan y defiendan intereses de autores y sus obras, son estas las llamadas Entidades de Gestión Colectiva, surgen ante la limitación que puede tener una sola persona de proteger y defender sus intereses, por ello al asociarse con otros que ostenten intereses comunes o afines, tendrá mejores opciones frente al recaudo y control de su obra.

En Colombia son definidas por el artículo 10 de la Ley 44 de 1993 (Congreso de la República de Colombia), en concordancia con las pautas señaladas por la Decisión Andina 351 de 1993, como entidades sin ánimo de lucro con personería jurídica y patrimonio independiente.

La ley 23 de 1982 prevé en su Art. 212 que la entidad encargada del reconocimiento y fiscalización legal de las entidades en mención será la Dirección Nacional de Derechos de Autor, DNDA, allí establece de igual manera un número mínimo de 25 autores asociados para su existencia y conformación.

Como entidad importante en este estudio y análisis se alude al Centro Colombiano de Derechos Reprográficos, CDR, es la entidad encargada del recaudo, administración, y distribución de las remuneraciones provenientes de la reproducción de la colección editorial de sus asociados autores y editores, multiplicado o utilizado por medios y formas tradicionales o por medios electrónicos, una de sus funciones se desarrolla precisamente frente a las universidades al realizar un cobro por cada alumno universitario que va a utilizar los materiales físicos o digitales que la universidad posee en sus bibliotecas o aulas virtuales, se justifica el cobro precisamente por la utilización del material de que dispone la universidad, de igual manera sucede con las fotocopiadoras que generalmente se benefician de unos equipos que reproducen las obras en parte o hasta completas, pero que no son dueños de los originales siquiera.

Por tanto, las obras protegidas por el Derecho de Autor mueven la economía a pequeña, mediana y gran escala, por tanto, se necesita actuar para proteger este factor productivo y sus creadores, en las universidades estas formas no son de amplio desarrollo, se ignoran o simplemente no se aplican, perdiendo así oportunidades valiosas de orden económico y moral, desaprovechan así las instituciones y por supuesto los autores.

En Colombia existen otras instituciones encargadas de sectores del derecho de autor como: Sociedad de Autores y Compositores SAYCO, Industria Musical, Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos ACINPRO, para intérpretes y productores fonográficos, Entidad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales de Colombia EGEDA, para productores audiovisuales y por último Actores, para las artes escénicas, en total todas tienen que ver de una o de otra manera con la vida universitaria y con la labor de sus docentes.

Cerrando esta primera parte de reconocimiento del tema de los derechos de autor se advertirán las formas de protección internacional que llevan inicialmente a decir que desde su origen la protección fue netamente territorial, por país o fronteras, la evolución del desarrollo económico y la influencia de unos estados en otros, la misma movilidad humana obligo la aplicación de tratados de protección inicialmente bilaterales, que a posterior se convirtieron en tratados multilaterales, una primera experiencia fue la mencionada por Xalabarder, 2005 (citado por Torrado, 2012), donde ALAI (*Association littéraire et artistique internationale*) propuso la “ley internacional del derecho de autor que no logro los efectos esperados.

Según la WIPO, el inicio de los tratados internacionales se dio en Berna y fue firmado en 1886. Fruto de todo este trabajo mancomunado de naciones y órganos especializados se ha llegado a reconocer a los autores de otros países como si fueran nacionales propios, dando origen al principio de “tratamiento nacional”, estadísticamente hoy forman parte de los acuerdos internacionales ciento sesenta y cuatro (164) países unidos por la protección.

En la actualidad la influencia de las nuevas tecnologías ha obligado a realizar ajustes normativos en cuanto a la inclusión de formas nuevas de comunicación al público, la más determinante es la internet, para su inclusión se ha debido iniciar por reformar el Tratado de Derecho de Autor de la Organización mundial de la propiedad Intelectual OMPI (1996). Partiendo de esta norma internacional los países han procedido a reformar sus normas internas, en aspectos como los nuevos conceptos sobre comunicación al público debiendo incluir las formas digitales principalmente, se hace alusión a la posibilidad de comunicar por medios inalámbricos, en su artículo 8 anota que son los autores quienes pueden determinar las formas de comunicación de sus obras, el momento de dicha comunicación y los medios que consideren más idóneos para tal fin, junto a este importante cambio se da nacimiento a la protección tecnológica, es decir desarrollar los medios para proteger las obras y sus autores en el mundo digital. Sin embargo, para evitar abusos de cualquier parte de la relación (Autor-Usuario), se expresa puntualmente que se debe establecer el justo medio entre el Derecho de Autor y el interés del público, resaltando tal circunstancia en los medios educativos, de investigación y de

puesta al público de información de interés, dejando abierta la posibilidad a los estados de imponer mayores limitaciones o ampliar la cobertura de los derechos según su particular situación e interés, es decir la norma general se aplica y desarrolla a voluntad de cada estado, por ende, no en todos se ha dado el mejor y más apropiado marco normativo, al ser argumentos polémicos, la normatividad resulto ser más un compromiso político.

Este asunto da la entrada a un último aspecto para analizar, y es que la tecnología, que influye activamente el desarrollo jurídico, académico, económico, va marcando senderos que el derecho sigue de cerca, pero que no logra rebasar, sin embargo, aunque las técnicas cambian los principios básicos y fundamentales se mantienen, por ejemplo, en el medio digital el autor y dueño de los derechos morales y patrimoniales sigue disfrutando y ejerciendo potestad sobre ellos, por ejemplo, al buscar un libro hoy día es posible leer unas pocas hojas o solo el resumen, es posible ofrecerlo en venta física o vender una copia digital, también se puede subir a la red y dejarlo al dominio público totalmente gratis si así lo decide el titular del derecho por ejemplo al estilo *Creative Commons*.

Los cambios en los derechos de autor provocados por el desarrollo de las TIC, se pueden encontrar por los efectos que provoca, por ejemplo, en cuanto a la propiedad de reproducción de la obra, este fenómeno en el campo digital ha destruido cualquier premonición que se hubiere creado posible hace apenas unos 20 o 30 años atrás, la afectación económica puede ser enorme, dado que una copia, un *Screenshots*, un PDF, se puede compartir y llegar en minutos a cubrir una posible población interesada en una determinada obra, lo anterior ha llegado a obligar inclusive a pensar en nuevas formas de explotación de las obras, de igual manera a la luz del mundo digital, distribuir las obras obliga a entender nuevas formas y métodos de puesta a disposición del público, dejando por supuesto un margen para la producción en físico para algunos sectores interesados, como es el caso de un ejemplar físico de un libro o lo que se ve actualmente, la nostalgia por un disco prensado, en el mismo sentido el *Streaming*, esa tecnología por la cual, el ver y escuchar en tiempo real un concierto, ha abierto una posibilidad de llegar a tantos espectadores como sea posible sin la limitación de fronteras o espacios físicos.

Como se puede rescatar, de lo expuesto frente a diferentes aspectos normativos, la ley misma es una extensión del precepto internacional que ha tenido curso y desarrollo desde el estatuto de la reina Ana hasta nuestros días, el asunto que da origen a la normativa DA sigue protegiendo al autor de textos y libros frente a los posibles abusos que puedan surgir sobre su obra. Algunos de ellos podrían ser: delitos de plagio o por defraudación económica, en el orden expuesto corresponderían entonces a los derechos morales y derechos patrimoniales de Autor.

Se ha dicho anteriormente que el ingenio humano ha desarrollado innumerables posibilidades creativas fruto del intelecto humano, empero, el principio fundamental del derecho de autor se mantiene en su base y se ha continuado ampliando conforme a las nuevas posibilidades técnicas surgidas, esto quiere decir que el concepto del derecho de autor conserva sus características y es aplicable más por extensión que por modificación, el Derecho de Autor se aplica hoy a todo tipo de obras elaboradas por arquitectos, pintores, compositores y fotógrafos, cuando se escribe o toma una fotografía se genera arte y por ende nacen los autores, la evolución de las tecnologías son las que hacen aún más complejo y necesario el derecho de autor pues con la popularización de las cámaras digitales, fotocopiadoras, grabadoras, escáner, memorias, CD, internet, se hace más accesible la reproducción de una obra y su distribución, con ello delitos como el plagio y la piratería son una constante social frente a la que se debe actuar para proteger al autor, así lo argumenta también la OMPI (2007) en su cartilla, “Aprender del Pasado para Crear el Futuro: las Creaciones Artísticas y el Derecho de Autor”.

Centrado en el tema de la producción de los docentes universitarios quienes en compañía y asocio con sus estudiantes trabajan en la creación de nuevos contenidos, que serán distribuidos, reproducidos y comunicados públicamente en su mayoría para procesos académicos, se subraya que no pueden de ninguna manera ser desconocidos todos los mecanismos de protección que se otorgan al Derecho de Autor, el ambiente académico tiene unas posibilidades delimitadas para el uso de materiales protegidos, pero también las instituciones y los autores pueden llegar a ejercer usos comerciales de las obras que es donde surgen conflictos por desconocimiento o incorrecta aplicación de las normas,

pues la ley y su aplicación tiene delgadas fronteras entre el uso adecuado y la violación de los derechos.

En el contexto colombiano la ley 23 del 28 de enero de 1982, que presenta la normativa básica para estos asuntos, es evidente el énfasis que se hace en la condición de autor, los derechos y prerrogativas que sobre esta condición se deben tener en cuenta y es de anotar que se incluye y destaca la labor de los ejecutantes de instrumentos y voces, de empresas disqueras y estudios de grabación, medios de difusión masiva según las diversas tecnologías y el concepto de los derechos Conexos que a ellos favorece.

Es por esto que ajustados en el tema de la producción de obras por parte de los docentes universitarios se descubre que ellos están entregando constantemente multitud de productos tangibles donde se aportan obras o partes de obras propias y ajenas, ya que de eso mismo se trata la construcción del conocimiento, sin embargo, elementos como la cita evitan cometer un delito y también son una forma de respeto al autor desde un contexto ético profesional. Los productos escritos, el arte musical, los diseños de obras plásticas, todas las producciones audiovisuales, los software, las obras publicitarias, y muchas más, de seguro han sido logradas por el aporte o la ayuda de un docente o tutor en el desarrollo y producción de obras nuevas, esa labor es la que se vuelve difusa y en ocasiones desconocida, la razón de ser de esta problemática en muchas ocasiones son los mecanismos de reconocimiento de los DA que tiene las universidades y además el desinterés del autor por obtener su reconocimiento.

Por norma general se tiene entonces que en el contexto colombiano la ley 23 de 1982, sobre derechos de autor, define acorde a los preceptos mundiales las posibilidades de los autores, en ellos incluidos los docentes universitarios, la apropiación directa al sector se ha dado en los manuales o reglamentos de propiedad intelectual de cada institución, pero al final de la cuestión, se halla que la protección legal existe, pero la interpretación y aplicación en el ámbito académico universitario aun es difuso o en algunas ocasiones inexistente.

La Transmisión de los Derechos Patrimoniales de Autor en el Ámbito Universitario

Como elemento fundamental de la discusión y análisis planteados en este documento sobre la valoración y el reconocimiento de las obras protegibles por Derecho de Autor en el contexto universitario, la transmisión de los derechos patrimoniales será analizada desde la norma legal, hasta la aplicación y desarrollo que se da en algunos manuales o reglamentos de propiedad intelectual en otros países y su referente y aplicación en Colombia.

Generalidades

El derecho de autor en sus aspectos morales y patrimoniales le otorga al creador o autor ciertas posibilidades únicas. En lo atinente al aspecto moral ellos le corresponden, en cuanto a su ejercicio al autor durante toda su vida, y a los herederos y demás causahabientes del autor (Art.11, Decisión 351 de 1993; art 30, parágrafo 2º, ley 23 de 1982), su principal característica es que son inalienables, es decir no es posible venderlos, negociarlos o entregarlos por interés lucrativo específicamente por acto entre vivos (Arts. 11 y 30 de la decisión 351 de 1993 y la ley 23 de 1982).

De otro lado, los derechos patrimoniales, aquellos que representan un valor económico o lucrativo, si pueden ser dados, entregados o transmitidos de diferentes formas, como por causa de muerte (herencia), por acto entre vivos (contratos), por licencia o por autorización de uso. Lo anterior ocurre en desarrollo del principio general conforme al Art 3, Ley 23 de 1982, de las anteriores formas la cesión es tal vez la más estudiada y utilizada dadas sus especiales posibilidades, es tan específica esta figura propia del Derecho de Autor, que algunos parten de la doctrina, inclusive la diferencian del contexto del derecho común, porque en el campo del Derecho de Autor solo se sede lo patrimonial mas no lo moral, de igual manera se limita la cesión patrimonial a una o algunas formas específicas de explotación no a todas, tampoco la explotación es obligatoriamente exclusiva puede ser objeto de explotación por varios cesionarios, esta cesión es también temporal.

Un Caso en España

Partiendo de la anterior orientación legal aplicable en Colombia, se analizará a manera de ejemplo un caso en la universidad española, según José Gustavo Quiroz (2006) en su artículo “Titularidad y transmisión de los derechos de autor del profesorado universitario”, el autor en el resumen plantea que en España la norma y regulación es confusa y por tanto su análisis y estudio pretende aportar soluciones a la temática. El ejemplo y el análisis del autor en mención orientan desde este inicio la complejidad del asunto y proyecta la importancia que el mismo tiene en un país en desarrollo como Colombia.

Propiedad Intelectual y Derechos de Autor en la Universidad Pública Colombiana

Universidad Nacional de Colombia UNAL

Considerando las normas de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor en la Universidad Nacional a partir de ahora UNAL, institución de educación superior creada en el año de 1867 por la ley 66, principal centro de la educación pública en Colombia, allí la base de su normativa interna sobre Propiedad Intelectual y Derecho de Autor es transmitida por el Acuerdo número 035 de 2003 (Consejo Académico UNAL), Acta número 8 del 3 de diciembre de 2003 “por el cual se expide el reglamento sobre propiedad intelectual en la universidad nacional de Colombia”. En el artículo 2 del mencionado reglamento se orienta de la siguiente manera en referencia a su campo de aplicación; “todas aquellas actividades de carácter académico, laboral, o contractual” en las que se involucre la creación intelectual, es decir, el derecho de autor y los derechos conexos, así como la propiedad industrial”

Así define, por ejemplo, su ámbito de aplicación a personas naturales y jurídicas, también destaca la función social de la propiedad en Colombia y las razones de su desarrollo como interés público, su arraigo constitucional y legal.

El Articulado de este reglamento define claramente en qué casos y momentos la universidad será titular de los Derechos de Autor así lo menciona en el artículo 16 y sus literales, al hacer puntualidad en que son sus funcionarios a nivel académico y administrativo quienes ceden la titularidad en razón al

ejercicio de sus funciones al pertenecer al sector oficial del estado colombiano, de igual manera si por efecto del contrato docente de tiempo completo, medio tiempo o catedra, se protocoliza tal situación por lo menos ante notario. Esta situación es actualmente debatible en razón a diferentes resoluciones de la DNDA y de las normas anti tramites colombianas.

Frente a las diferentes formas para establecer la titularidad de las obras, por ejemplo, las que son resultado de los trabajos realizados por estudiantes y profesores como logros o desarrollos de los procesos de investigación y demás, deben ser analizados según este reglamento en relación a la participación que ha tenido la institución por medio de recursos, elementos materiales, instalaciones, laboratorios y demás. A manera personal describo y adjunto en estas obras, las que son fruto del trabajo de un docente, por línea directa del área de trabajo que se desarrolla en ejercicio de los contratos laborales entre el docente y la institución, aquí se establece una línea compromisoria, que en muchos casos aún no se reconoce o no se comprende totalmente.

En este caso, es posible reconocer algunos de los casos que se pueden presentar frente al asunto en análisis de la cesión de Derecho de Autor en el ámbito universitario, es claro ver y reconocer que, si contractualmente se ha estipulado el tema al inicio de las labores profesionales, no serían oponibles circunstancias o condicionamientos posteriores, para tal fin la misma norma rectora de la UNAL, aporta en el artículo 20 al siguiente tenor, que PI no pasa a ser titularidad de la institución y allí se encuentra por ejemplo, las intervenciones orales de los funcionarios o docentes en eventos académicos o en sus cátedras, los desarrollos tecnológicos a nivel de programación digital registrable, en tanto para su creación no se hayan utilizado para su realización los elementos propios de la universidad, o este desarrollo sea fruto de las labores del contrato laboral, por la misma línea el logro o materialización de las facultades artísticas de los funcionarios, que no tengan relación directa con la institución.

Así las cosas, en este acertado caso se pueden definir claramente las posibilidades hacia el positivo y el negativo de la situación del PI y los DA en la UNAL, se están reconociendo y a la vez avalorando las producciones, sus

autores y los derechos de cada uno de ellos; este es en principio, un caso positivo frente al objetivo trazado y dispuesto para significar y aportar en este trabajo.

En consonancia con lo referente a esta titularidad de las obras, el Estatuto Docente de la UNAL Acuerdo 035 de 2002 (Consejo Superior Universitario), es quien regula el ejercicio de la actividad docente y por el cual toda la mecánica admisible para el proceso enseñanza aprendizaje y la apropiación y producción del conocimiento faculta o permite la generación de las obras y las ideas y expresiones que ellas representan rescatando el valor inmaterial y también el valor comercial o económico de las mismas. En el mismo documento se invita a respetar los aportes de estudiantes y además colaboradores y claramente se invita a evitar incurrir en asuntos como el plagio.

Para este tipo de situaciones el reglamento y el estatuto docente direccionan la actuación legal a la Ley 734 de 2002 (Congreso de la República), Código Disciplinario Único, marco normativo en Colombia para las actuaciones de los empleados públicos.

El sentir de la comunidad académica de la UNAL, según los aportes del documento de Ramiro Andrés Flórez Garrot (2011), comprende que el conocimiento y las ideas nuevas y frescas deben ser del dominio público mucho más en el ámbito universitario, sin embargo exige que siempre se conceda y reconozca la autoría para cada obra, de esta manera permanece abierta la posibilidad de manejo frente a los derechos patrimoniales de las obras, aun en el marco de un estatuto interno ya definido, pues la cesión de los derechos obedece a factores muy puntuales frente a los cuales no opera en principio la cesión absoluta y la pérdida de la potestad decisoria del autor frente a su creación, por ejemplo, la UNAL tiene definido también en su reglamento o estatuto de PI, las formas, porcentajes y mecanismos al interior de la institución para reconocer económicamente la labor de los autores, los programas o facultades, puntualizando los destinos y fines que la investigación y la producción intelectual debe aportar inclusive económicamente hablando, es decir un porcentaje va al fondo común de la universidad, una parte para la facultad, otra para el programa que aporte la obra y otra para el autor, esta tan

detallado que se sabe por ejemplo cuantos ejemplares de una determinada producción literaria le corresponden al autor, en mi opinión y a manera de conclusión esta claridad debe darse en todas las instituciones.

La UNAL, es un icono innegable de la educación en Colombia, por tanto, sus directrices en asuntos como el manejo, reconocimiento y valoración de la Propiedad Intelectual y los Derechos de Autor en el contexto universitario son fundamentales en el logro de unas políticas claras y realmente aplicables, la universidad pública fija siempre destinos que las instituciones privadas recorren por analogía.

Propiedad Intelectual en la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, Institución Privada Colombiana

El análisis sobre el manejo y oportunidad ofrecidos a la Propiedad Intelectual en la Universidad Konrad Lorenz, pretende encontrar factores comunes entre la universidad pública colombiana y las instituciones privadas, para poner en contexto, el reglamento de PI de la universidad Konrad Lorenz (Consejo Superior, 2020) expresa en su acápite introductorio su fundación en el año 1981, como Institución de Educación Superior, de carácter privado y como entidad sin ánimo de lucro, que busca aportar a la sociedad de manera humanitaria, con apoyo al arte y el beneficio común. Como institución educativa propone el logro de objetivos académicos que propicien el desarrollo tecnológico, filosófico, artístico, intelectual de la comunidad a través de las herramientas que la educación superior provee a sus participantes, estudiantes, docentes, administrativos y personal de servicios generales, todos unidos por un factor común que es la Universidad, de entrada, como en el caso anterior la producción y apropiación del conocimiento son los factores relevantes de su labor académica y por tanto las normativas internas sobre Propiedad Intelectual en relación a los Derechos de Autor son de vital y obligatoria reflexión en el estudio sobre el manejo y valoración que al interior de las instituciones educativas se está dando en Colombia.

En la universidad Konrad Lorenz dentro de su actividad académica se regula por el articulado de su reglamento interno la posibilidad de orientar la acción de sus estudiantes, administrativos y docentes inmersos de por si en

procesos que involucran manejo, apropiación y creación de Propiedad Intelectual en la universidad, para ellos se otorga desde su artículo 3 la protección a los derechos del autor frente a cualquier eventualidad o confusión, retro trae los principios de los derechos morales y los derechos patrimoniales de la Propiedad Intelectual.

La Universidad anuncia en el art. 6 que será la propietaria o titular de los derechos patrimoniales en los casos siguientes, al ser la obra creada por personal vinculado contractualmente al servicio docente, en ejercicio de los compromisos laborales pactados en el contrato laboral, para el caso del estudiantado de los pregrados, inclusive quien curse estudios pos graduales, por acuerdo con la universidad podrá ceder sus resultados de investigación por los cuales opte al grado correspondiente a favor de la universidad, de igual manera en el intercambio y en las alianzas interinstitucionales las obras desarrolladas conjuntamente otorgaran titularidad a la institución, se destaca y recuerdan las condiciones especiales de una obra por encargo, pedida por la institución y la cesión de titularidad que ello implica, además de las formas prescritas en las normas nacionales, por ejemplo, la sucesión mortis causa, la donación y la compra.

Su párrafo deja en claro que el interés de la institución es respetar y generar en su comunidad la obediencia por los derechos morales de autor, mencionando la posibilidad que se tiene de proteger la obra de mutilaciones o deformaciones y de llevar siempre la mención del autor de la misma.

En este documento el art. 11 habla sobre los inventos (propiedad industrial) y los define y ubica como un desarrollo de la actividad docente y aunque ellos no son objeto del presente análisis al ser protegidos por la Propiedad Industrial más que por el Derecho de Autor, si permiten constatar una inicial posición dominante por parte de la institución frente a sus creadores trabajadores. No se mencionan posibles coparticipaciones en beneficios económicos o patrimoniales sino más bien la posibilidad única de una cesión absoluta del mencionado contenido patrimonial de los autores o creadores a favor de la institución. En la misma línea se anuncia lo pertinente a registro de signos distintivos de productos o servicios asociados al nombre de la institución. Sin

embargo, aparece una novedad reglamentaria en el artículo 13 del mismo reglamento, al presentarse un listado de incentivos a que serán acreedores los autores que así se acrediten con la institución, marcando un acertado camino frente a la posibilidad de generar un asocio entre la institución y la capacidad creativa de sus integrantes, proporcionando como lo destaca el título “incentivos” a favor de los autores y a favor de la función social de la propiedad y el conocimiento intelectual.

El párrafo segundo del artículo 13 presenta también una posibilidad importante y de resaltar para los autores y es que, si después de 5 años la institución no ha publicado las obras creadas, el autor queda en posibilidad de hacer sin limitación por parte de la institución gestión en aras de publicar las obras inéditas, esta situación es muy especial pues permite una acción a favor del autor que en múltiples ocasiones ve interrumpida la publicación de su obra por meros trámites administrativos o por simple interés, esta acción también es de rescatar como aporte al desarrollo de los intereses de los autores que cumplen funciones académicas dentro de un contrato laboral en entidades públicas o privadas.

De la misma manera esta institución presenta a través de su reglamento y en artículos siguientes incentivos para estudiantes de pregrado posgrado y formación continuada valorando y reconociendo de manera puntual la labor creativa de los diferentes actores de la vida académica institucional.

En el capítulo VII la fundación Konrad Lorenz realiza una labor importante para la generación de una conciencia de protección y respeto por la Propiedad Intelectual, labor que se destaca pues es obstáculo a un nuevo momento en una generación casi cien por ciento digital. Invitar a la comunidad a capacitarse mediante diferentes posibilidades académicas informativas y formativas es avance notorio en aras a lograr el reconocimiento y valoración de la Propiedad Intelectual, ajustar los avances jurídicos a través de personal idóneo al interior de la institución es marcar el camino acertada frente a la valoración de la producción intelectual y no solo un mero formalismo contractual. Con todo lo anterior prever situaciones no recomendadas como el plagio, y buscar la producción original son asuntos de arraigo institucional y de rebote social, en

conclusión, el solo hecho de plantear desde la norma institucional actividades formativas en este campo y posteriormente mecanismos de estímulo para los autores y creadores, rescata el espíritu mismo de la palabra Propiedad, que por un momento de la historia reciente pareciera no aplicar para el campo de la Propiedad Intelectual.

Propiedad Intelectual en la Universidad Santo Tomas Seccional Tunja USTA, Institución de Carácter Privado, Orientada por una Comunidad Religiosa

La USTA Tunja presenta su Reglamento de Propiedad Intelectual (Consejo Superior, 2017) como un referente documental de naturaleza jurídica, en él, la Universidad Santo Tomás, deja ver su estilo propio de “formación que propende por la promoción y la formación integral de las personas”, desde la educación superior, “mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social”.

En el marco de dicha misión, “se desarrollan múltiples actividades en las que la generación de conocimiento es un común denominador que se constituye en el activo más valioso de la Institución” (Consejo Superior, 2017), aquí aparece desde el mismo preámbulo el reconocimiento y valoración de la PI en el ámbito universitario, presentando el conocimiento como principal activo de la institución, se afirma desde el comienzo la importancia y trascendencia que la labor realizada por el mundo académico en torno a la producción intelectual propia y de otros es sin lugar a dudas el motor y centro de la dinámica humana social, se prevé su gestión, protección, explotación y defensa, para lo cual la USTA reglamenta, “la adopción de las medidas necesarias para gestionarlo, protegerlo y generar a su alrededor una cultura de respeto y difusión de los derechos que del mismo se derivan”.

Este reglamento presenta muy acertadamente en su capítulo VIII la Propiedad Intelectual en la Academia, se dirige a definir, ubicar y sustentar la dinámica de Producción intelectual en el ámbito universitario, inicia por definir y aclarar quién es titular de los derechos morales de autor, básicamente, docentes, estudiantes y funcionarios, se analiza también quien será titular de los derechos patrimoniales de las obras generadas en la universidad y las

condiciones necesarias para ostentar la titularidad del derecho patrimonial acorde a la ley 23 del 82 .

Prevé la cesión contractual de las obras, pero también se analizan las excepciones, inclusive el parágrafo del artículo 21 de igual manera anuncia la posibilidad de negociación para recibir o percibir derechos patrimoniales de las obras generadas en el contexto académico, eso sí, previa solicitud de los autores interesados.

De los reglamentos estudiados para la elaboración de este trabajo, el de la USTA es el primero que menciona directamente la posibilidad de licenciamiento *Creative Commons* como posibilidad de explotación digital o impresa por parte de terceros.

Frente a las decisiones y acomodaciones legales, o casuísticas que se presenten al interior de esta universidad se acudirá al Comité de Propiedad Intelectual que el mismo reglamento crea y para el cual presenta cuáles serán sus funciones e integrantes, art. 35 del reglamento.

Vista la fundamentación propia y anunciado el análisis de algunos reglamentos de instituciones de educación superior Colombia, se concentrara la discusión sobre los innumerables problemas que surgen frente al reconocimiento y valoración de los derechos de autor en el contexto académico colombiano, dado que su importancia económica y su incidencia social son fácilmente desconocidas o ignoradas o llevadas por figuras jurídicas o espacios salidos de contexto y desvirtuados, en casos como la famosa figura de cesión de derechos de autor en los contratos laborales.

La Ley 1450 de 2011 (Congreso de la República de Colombia), presenta en su contenido normativo una regulación específica sobre el tema de los derechos patrimoniales de autor y aporta elementos propios a la circunstancia que se presenta en la relación del docente y la universidad por contrato laboral o contrato de prestación de servicios, se reitera la postura general derechos morales y derechos patrimoniales de autor, pero orienta sobre la situación concreta de la obra creada bajo esos mismos tipos de contrato, inicia desvirtuando el artículo 20 de la ley 23 del 82, el cual presentaba a favor de la

empresa o institución la presunción de transferencia de derechos patrimoniales de autor cuando no se pactaba en el contrato, esta situación se sigue presentando a un hoy pese a la modificación legal, y es por tanto necesario iniciar con la aplicación adecuada del marco normativo para poder hablar con propiedad de un reconocimiento y valoración de los Derechos de Autor en la academia colombiana, en principio la discusión se dividió entre quienes consideraban aplicable y necesario el artículo 20, en casos de contrato laboral, otros que en casos de prestación de servicios, pero finalmente los artículos 28 y 30 eliminan la discusión pues evitan una carga más a los funcionarios y la empresa retirando ese trámite adicional consistente en elaborar un documento y elevarlo a escritura pública para transmitir la cesión de derechos, que de antemano sea dicho era una sesión absoluta a favor de la institución.

Decantado el asunto desde las normas internacionales, prevista ya su aplicación en el marco legal colombiano y anunciado el marco reglamentario de tres instituciones de educación superior colombianas, se identifica que una de las principales causas de la problemática frente al reconocimiento y valoración de los derechos de autor surge por una equivocada aplicación de la figura de cesión de derechos, ella, sin quererlo a provocado innumerables aristas de confusión y por efecto de malas prácticas y sofismas de orden jurídico que afectan a las instituciones, los creadores, las múltiples interpretaciones de los abogados y por supuesto al público en general. Siendo Latinoamérica una economía y una cultura en pleno desarrollo, parece ser que en la aplicación de las normativas pertinentes sobre DA, se confunden o combinan las dos corrientes existentes sobre la materia en el mundo.

Se tiene entonces, que, para algunos la cesión de los derechos patrimoniales de autor que se presume en el contrato, se da al estilo del *copyright* americano, allí la transferencia o cesión se da sin necesidad de formalidades documentales la exigencia en este caso es que la obra este considerada bajo la forma de “*work made for hire*”, es decir, desde el comienzo se sabe que se es contratado para hacer específicamente una obra de la cual se reconoce que los derechos estarán en cabeza del contratista, para el asunto en análisis, en nuestro contexto académico colombiano se entiende que la producción o la elaboración de obras es una de las funciones de un docente universitario, aunque en ocasiones no se dé la producción de ningún tipo de obras.

No obstante, la figura contractual sí está presente, dejando abierta la posibilidad para que cualquier desarrollo o tipo de obra protegible por DA, por efecto del contrato laboral sea presumida de cesión de derechos patrimoniales, la insistencia en la parte económica del asunto se da porque aún hoy en Colombia no se han presentado notoriamente casos en los cuales los derechos morales de autor hayan sido demandados, pues el interés por generalidad se centra precisamente en el reconocimiento del factor productivo económico de estos activos intangibles. A las instituciones poco o nada les interesa decir que son las creadoras o autoras de las obras, pero sí es de su interés el factor económico, por parte de los autores en ocasiones solo quieren la difusión de su obra y ser reconocidos como autores quedando empero, el sinsabor de dar a conocer su obra produciendo para otros. El ejemplo normativo y regulador lo presenta Alemania, país en el que la protección se da a favor del trabajador y es específicamente sobre el aspecto patrimonial, porque en ningún caso se discute o duda de los derechos patrimoniales de un autor, las diferencias saltan a la vista.

Algunas de las formas que permiten absolver las dudas sobre los derechos patrimoniales de autor y la presunta cesión de ellos a favor de las instituciones soportan consideraciones como: si el trabajador creó la obra en la empresa, aspecto que olvida las posibilidades tecnológicas de hoy por las cuales una persona puede trabajar y desempeñar funciones fuera de una sede física, un segundo elemento se presenta si para la creación de la obra se utilizaron medios proporcionados por el empleador, en algunas y eventuales situaciones este aspecto si podría ser relevante, y por último, si la obra se realizó durante el horario laboral, no es definitivo pero podría orientar una decisión sobre las dudas de las autorías y la cesión correspondiente.

Terminando de presentar las pautas generales de la situación actual sobre el asunto se puntualizan situaciones como las siguientes: si en los contratos laborales no se hace mención alguna sobre los temas de cesión de derechos patrimoniales de autor, la ley presume que, al no existir pacto bilateral sobre el término de transferencia de derechos, éste será de cinco años y además en su propio ámbito territorial. En suma, se pretende difusamente amparar en

primera instancia al autor conforme a lo reglado en el artículo 257 de la ley 23 de 1982.

Se retoma en este punto y para efecto del análisis normativo el artículo 16 del acuerdo 035 de la Universidad Nacional (Consejo Académico, 2003); los literales desarrollan las condiciones por las cuales la Universidad será titular de derechos de autor cumpliendo con los lineamientos establecidos en las normas y acuerdos internacionales suscritos por Colombia y por los cuales se aplican las circunstancias anteriormente descritas, encontrando la vinculación laboral, es el caso de que las obras sean fruto de las obligaciones suscritas por el funcionario o el docente contratado en debida forma, aunque fuere de manera ocasional o por cátedra, en este último caso con registro notarial de la cesión de los derechos sobre las obras, dentro del cumplimiento de funciones contractuales, que las obras aparezcan por ser logros de los desarrollos de procesos de investigación, o cuando para su realización se hayan utilizado los elementos de la institución, o también cuando los derechos hayan sido cedidos por escritura, documento privado, por sucesión o legado por causa de muerte, en estos casos la titularidad será propia de la institución y la posibilidad de la negociación sobre derechos patrimoniales estará sujeta a otras variables.

En el caso de los estudiantes cuando sean desarrollos de compromisos académicos adquiridos con la institución pactada previamente la cesión de los derechos o cuando las obras son fruto de contratos de investigación o creación solicitados por la universidad. Estos supuestos son de lo cotidiano y si se presenta acuerdo entre las partes al inicio de su relación laboral, las partes estarán obligadas a cumplir y a la vez será una manifestación de su voluntad frente a lo cual no queda duda de lo correcto en el actuar de la institución y los autores o posibles autores.

Aparecen a continuación algunas condiciones que hacen más puntual la unión contractual y agudizan el tema al sugerir que la cesión de derechos se debe dar cuando en la creación de la obra interviene la utilización de instalaciones o recursos de la universidad, o cuando la obra se desarrolla en el llamado año sabático y se puede ligar o establecer dentro de las funciones del docente.

Como es de suponer, la intención de este artículo 16 del acuerdo 035 de la Universidad Nacional (Consejo Académico, 2003), no es otra que dejar los derechos patrimoniales de autor en la institución y los derechos morales en cabeza del creador de la obra. En cuanto a la potestad de la publicación o no de las obras estará entonces en la institución quien tendrá bajo su disposición y arbitrio lo que ella considere útil e importante para el beneficio social. Procede aquí evidenciar una primera crítica al sistema y es que para el creador su obra siempre será importante y buscará hacerla conocer y si es posible comercializarla.

Pues bien, este artículo 17 del acuerdo 035 de la Universidad Nacional (Consejo Académico, 2003), en mi opinión, limita esa facultad del autor pues si un comité o grupo específico encuentra que la obra no merece ser publicada o comercializada, decreta el fin de la misma, desconociendo el interés que pueda tener su autor o el público o consumidor especializado de ese determinado tipo de obras, como en toda actividad humana el factor subjetivo de la decisión puede dejar tronchado el interés y el desarrollo de una obra en específico, ante esta situación se debería plantear una opción que por el momento no existe.

Vista la problemática generada en el artículo 21 del acuerdo 035 de la Universidad Nacional (Consejo Académico, 2003), que incluye el posterior acuerdo CSU 007 de 2008 en su artículo 1, allí se permite que el comité de propiedad intelectual de la Universidad Nacional pueda autorizar al autor a que publique y comercialice su obra. En todo caso, reconociendo regalías en porcentajes previamente establecidos en favor de la universidad, incluyendo un requisito para la obtención del derecho de cesión en el caso colombiano y es el registro ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor. De igual manera y en el mismo sentido el artículo 22 del acuerdo 035 de la Universidad Nacional (Consejo Académico, 2003), también prevé a manera de estímulo o incentivo unas regalías que la universidad nacional podrá reconocer a los autores de obras publicadas y comercializadas.

Analizando el acuerdo 17 de 2020, de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, en su capítulo IV artículo 21 y siguientes, se prevé de igual manera que la cesión de derechos de autor se puede dar de manera directa en el contrato

laboral, o de prestación de servicios, o por efecto del vínculo académico de los estudiantes en desarrollo de actividades académicas específicas en el campo de la investigación o producción intelectual. Por su parte, el párrafo del capítulo IX reconoce los derechos morales al autor o autores originarios de la obra, en el caso de esta normativa de la fundación Konrad Lorenz se remite para efectos de resolución de conflictos o absolución de dudas al contrato laboral de los docentes, donde de seguro aparece la cláusula de cesión de las obras desde el momento mismo del nacimiento del contrato.

La reflexión que se hace en torno a esta posibilidad, es que para el autor su obra es única y fruto de su especial esfuerzo que de seguro va más allá del tiempo contractual, pues es innegable que previo al momento contractual de elaboración se han producido factores alternos como la dedicación a la formación académica (estudios) y fruto de ellos la experiencia laboral, en ocasiones adquirida en otros lugares y empresas y también la experiencia de vida misma que aporta al ser humano en su capacidad creadora, estos factores que no se ven reflejados o reconocidos en el acto de cesión de derechos en mi opinión perjudican al trabajador entregando a otro titular unos aportes en los cuales no ha tenido incidencia directa y por tanto no le asisten derechos. La reflexión es que se deben valorar y reconocer estos aportes dentro de la PI específicamente en los Derechos de Autor.

Retomando los reglamentos en estudio y para el caso de la Universidad Santo Tomás, en el capítulo VII artículo 16, se prevé que la titularidad de los derechos patrimoniales de propiedad industrial se puede transferir a terceros por acto entre vivos sean contratos, cesión o mortis causa según la situación. Sin embargo, en el articulado no redacta con claridad cuáles son las posibilidades de negociación entre la institución y los autores, tampoco se establecen porcentajes de participación o métodos para la explotación comercial de las obras que se produzcan en el ejercicio de la actividad contractual o como fruto de las investigaciones o trabajos encargados por la universidad, dicha situación se deja por encargo reglado al comité de propiedad intelectual previa solicitud de los interesados, y con un amplio abanico de posibilidades frente al reconocimiento de la potestad del autor frente a su obra resaltando que contractualmente el docente de esta universidad ya ha realizado

también una cesión de derechos incluidos los proyectos de investigación y demás actividades propias de su labor, en este caso no se menciona la posibilidad de dejar al autor en libertad de publicar su obra si es que la institución no considera relevante tal aspecto, cabe anotar que esta solicitud se podría presentar al comité de propiedad intelectual quien podría solucionar la situación permitiendo o negando la autorización.

Vistos estos tres casos, se encuentra mucho más desarrollo en el campo de la propiedad intelectual en la universidad nacional, al existir en el reglamento de la universidad mecanismos de proyección y desarrollo hacia la comercialización y puesta al servicio de la comunidad los productos del ingenio de los funcionarios, docentes y alumnos. En suma, se reconoce una mayor y mejor posibilidades en los ámbitos de protección de los derechos no solo morales sino patrimoniales a favor de los autores. Todo el marco normativo de hecho busca siempre proteger y ayudar en la motivación de la actividad creadora al interior de las instituciones. Con todo, mal se hace cuando se limitan posibilidades y no se deja abierta una brecha por la cual el autor pueda buscar también la promoción de su trabajo inclusive por fuera de la institución si ello fuera posible o necesario.

La existencia de los principios jurídicos y la reglamentación correspondiente desarrollada al interior de las instituciones protege, pero también limita y genera un desbalance fáctico, el trabajador generalmente no querrá de manera alguna entrar en conflicto con el empleador inclusive preferirá engavetar su obra antes que romper una relación laboral, entonces cederá no solo sus derechos patrimoniales sino algunos de sus derechos morales al no poder ejercer un control productivo de su creación.

La gran mayoría de las discusiones surgen específicamente por el componente de los derechos patrimoniales, allí como hemos venido analizando se genera una zona neutral en la que dichos derechos están en cabeza de la institución a quien no le interesa o le es difícil desarrollar tantos proyectos productivos como obras se generan en su interior, por ende se sacrifica el interés del autor que desea ver su obra publicada o comercializada en algunos casos, de hecho el autor elabora y presenta su obra y quiere y hasta

necesita promover su creación, pero generalmente encuentra que está limitado por la cesión de derechos que desde la firma del contrato laboral ha suscrito a favor de la institución.

La anterior figura jurídica es plenamente válida y aplicable al momento de estar obrando sobre un tipo específico de propiedad como lo es la intelectual, la norma nacional colombiana, hija del derecho continental europeo aplica y reconoce la figura de la cesión del derecho patrimonial como una de las posibilidades aplicables sobre el Derechos de Autor.

Sin embargo, la cuestión reside en lo práctico del asunto, es decir, si adquiero obras que de entrada considero valiosas y relevantes en el ámbito del ejercicio de la actividad principal de una universidad como lo es la academia y en ella busco lograr el desarrollo del nivel del conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura de mi entorno, la universidad siendo titular de derechos de tantas obras que surgen fruto del trabajo de los creadores de la institución, debe encontrar mecanismos y formas de promoción de todo ese material. Lo propuesto por la universidad nacional en su artículo 21 del acuerdo 035, ajusta un poco la carga que se desestabiliza en algún momento por esa cesión abierta y poco detallada que se hace contractualmente, en la Universidad Nacional se considera y permite la negociación sobre los derechos patrimoniales de vuelta entre autor e institución y con ello da libertad a que el docente, funcionario administrativo o estudiante pueda intentar ser promotor de su propia obra, buscar difusión y hasta beneficios de carácter económico que puedan beneficiar inclusive a la institución, esto es un avance muy positivo para las dos partes. Si el ejemplo dado por la Universidad Nacional de Colombia puede ser replicado en otras instituciones y desarrollado acorde inclusive a los nuevos medios tecnológicos, se estará avanzando en el desarrollo para Colombia.

Al respecto ha dicho la señora directora del centro de Investigaciones de la Facultad de Derecho de la Universidad Cooperativa de Cali, Piedad Lucía Barreto Granada en una reciente entrevista (Universidad Cooperativa de Colombia, 2016): que hablar de Propiedad Intelectual significa un compromiso con el crecimiento a través de la unidad generada en las universidades.

Y precisamente esta es una interesante propuesta, pues las normas específicas ya mencionadas para esta área del derecho son claras y acertadas,

pero la aplicación o interpretación reglamentaria y los acuerdos contractuales generan esa llamada zona neutral en la que se mueven los intereses o la inexperiencia sobre el tema, evitando que como sector productivo se genere una verdadera “locomotora” en movimiento que beneficie a los autores e instituciones y que permita el cambio en este campo de la producción intelectual que en el caso colombiano está en pleno desarrollo al interior de las instituciones de educación superior.

El crecimiento intelectual de un área específica y el reconocimiento de instituciones, egresados o docentes de una universidad son factores importantísimos para la vida y crecimiento de las instituciones. Sin embargo, en casos como el analizado la cesión de Derechos de Autor, se observa que en algunas ocasiones las obras se quedan archivadas o tal vez se presume popularmente que son tantas y la complejidad es que ya nadie quiere revisar o darse a la tarea de valorar y reconocer su importancia, así tan sencillamente se genera una pérdida incontable de tiempo, esfuerzo intelectual y hasta de recursos, porque el caso genérico de la cesión de derechos por línea contractual laboral a manera de cesión absoluta de derechos patrimoniales, lo que ha logrado es que se desarrolle una gran cantidad de obras sin saber, a ciencia cierta, la calidad de las mismas, y de otro lado que algunas de muy relevante contenido y profundidad se refundan en una masa inmensa que no les permite resaltar, es decir mucho trabajo y producción de obras que nadie revisa y mucho menos se planea poner a producir, de otro lado, la aparente producción intelectual con obras o productos de poca trascendencia o desarrollo científico o artístico, lo cual no es materia de análisis en este caso, pero que me permite recordar que sin importar la calidad de la obra ella se protege por Derechos de Autor y que la normativa mundial y nacional propenden por su protección, reconocimiento y valoración.

Se encuentra de manera reiterada conflictos por efecto de la cesión, frente a las diferentes formas de utilización y explotación de las obras, pareciera que se olvida que cada una de ellas es independiente y que la transferencia de los derechos de explotación o patrimoniales de la obra se limitan a lo expresado en el contrato o documento de cesión. En suma, aplicando el “*in dubio*” pro autor principio del Derecho de Autor, por el cual no se permiten disposiciones

contractuales generales o indeterminadas sobre producciones futuras o que obliguen a la no producción de obras, es decir cómo se mencionaría en el derecho comercial no podrá aplicarse una especie de “posición dominante” por parte de las instituciones frente a quienes desempeñen funciones creativas a su favor. Así lo presenta la ley 1450 del 16 de junio de 2011 (Congreso de la República de Colombia), la cual expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 para Colombia.

La duda y el enfrentamiento que se presenta en estos temas relacionados con la producción intelectual de Derecho de Autor en las universidades, surge bajo interpretaciones jurídicas como que al estar contratado para desempeñar ciertas funciones se opera o presume una especie de “Obra por encargo”, por tanto se aplica la presunción de transferencia de los derechos patrimoniales a favor de la institución en este caso, lo cual se reconoce jurídicamente, pero también se hace evidente para estos casos que esta cesión tiene los limitantes propios del uso inicial o destino principal pactado en el contrato. Tan es así que el artículo 1602 del Código Civil, por el cual es principio que el contrato celebrado con los debidos requisitos y formalidades de ley se constituye como ley para las partes, y solo serán afectados o resuelto por la voluntad de las partes, o por imperativo legal, “*lex contractus, pacta sunt servanda*”, de igual manera con la dicho anteriormente, el artículo 1603 de la misma obra, convoca en la ocurrencia de los contratos los principios fundamentales del derecho, además, según el estudio del tema contractual colombiano, en un contrato bilateral es decir de mutuos beneficios para las partes, se predica la simetría y el equilibrio de prestaciones e intereses, por lo cual en mi opinión aunque se presente contractualmente la cesión de los derechos patrimoniales, se debe reconocer al autor al momento de obtener beneficios económicos o de reconocimiento sobre su obra, aplica para esta idea todo lo susceptible de ocurrir en el marco de una economía global y en al seno de una sociedad de la tecnología y la comunicación.

El aspecto comunicativo y de avances tecnológicos modernos es fundamental en este proceso de reconocimiento a la labor del autor, junto con el debate por los derechos patrimoniales se ha desarrollado en la teoría de la PI, esa especial relación entre autor y obra, así lo presenta José Carlos Erdozain

López, quien recuerda que a lo largo de los años la discusión jurídica se ha dado en los dos sentidos, pero que precisamente el reconocimiento del derecho patrimonial de autor surge gracias a la condición de la autoría de la obra, es decir que para un creador son absolutamente importantes los dos conjuntos de derechos y que se comete un grave error si se actúa desconociendo la especial y única relación que surge desde el momento de la creación, si los derechos morales permiten evitar la confusión frente a la paternidad de la obra, no es correcto entonces que se generen acciones contractuales que confundan la titularidad de los derechos patrimoniales, si bien el apoyo y oportunidad de las instituciones de educación superior permite la labor creativa intelectual de sus docentes, las condiciones laborales deben encontrar también su razón de ser en ese sustento creativo que es propio y único del ser humano.

Por tanto, si una obra se va a llevar a escenarios de producción nueva, por ejemplo en alguna de las diferentes posibilidades que el mundo de las llamadas nuevas tecnologías ofrece, esta nueva opción debe ser objeto de una nueva autorización adicional y expresada con el correspondiente reconocimiento a favor del autor, esta situación muy común hoy en día se maneja de forma casi individual o casuística en las instituciones educativas, y obedece a un posible conocimiento o desconocimiento frente al tema de los Derechos de Autor y porque en la mayoría de los casos no se analiza con la profundidad que le corresponde, inclusive el mismo Consejo de Estado mediante concepto emitido en sala de consulta y servicios civil del 23 de octubre de 2003 (Rios, 2009), así lo aclara y define, afirma que en diferentes tipos de contrato inclusive los de prestación civil de servicios y en el caso de empleados asalariados vinculados por contrato laboral se debe favorecer y reconocer la labor del autor y su creación. De igual manera se mantiene la exigencia de la inscripción de la cesión de derechos ante la DNDA como medio de oponibilidad frente a terceros y medio de prueba en proceso de las partes, la dificultad está en que muchos de los contratos en su aparte de cesión de derechos no son registrados como lo exige la norma.

Es decir, si se va a llevar a escenarios de producción nuevos, por ejemplo con el mundo de las llamadas nuevas tecnologías, debe ser objeto de nueva autorización adicional y expresa con el correspondiente reconocimiento a

favor del autor, esta es otra situación que se maneja de forma casi que individual en las instituciones educativas y obedece al conocimiento o desconocimiento frente al tema y que en la mayoría de los casos no se analiza con la profundidad que le corresponde, inclusive el mismo Consejo de Estado mediante concepto emitido en sala de consulta y servicios civil del 23 de octubre de 2003, así lo aclara y define, afirma que en diferentes tipos de contrato inclusive los de prestación civil de servicios y en el caso de empleados asalariados vinculados por contrato laboral se debe favorecer y reconocer la labor del autor y su creación. De igual manera se mantiene la exigencia de la inscripción de la cesión de derechos ante la DNDA como medio de oponibilidad frente a terceros y medio de prueba en proceso de las partes, la dificultad está en que muchos de los contratos en su aparte de cesión de derechos no son registrados como lo exige la norma.

El derecho patrimonial de autor desarrollado en primer momento en la facultad de reproducir la obra según el artículo 9.1 del Convenio de Berna, es de difícil interpretación en el campo académico, pues para todos los casos se presume que la cesión es absoluta y con arraigo contractual y que por ende autoriza a la institución a disponer sobre la reproducción de la obra olvidando que deben ser acordadas todas y cada una de las diferentes formas de reproducción de la obra y lógicamente autorizadas y negociadas con el autor.

En el caso colombiano se actúa en gran parte de los casos sin analizar detenidamente esta situación, actualmente se presentan reformas a la ley 23 del 82 ley de los DA en Colombia, se busca brindar oportunidades propias de esta línea de protección atendiendo las necesidades y oportunidades que los diferentes asuntos actuales obligan a remplazar en los contextos internacionales y locales, con visión de hoy y de futuro, no en vano los recientes tratados de comercio con EEUU y con ellos su ley de Derechos de Autor conocida como DMCA (Digital Millennium Copyright Act, ley de copyright de Estados Unidos de América que implementa dos tratados del año 1996 de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), ella afecta elementos propios del presente análisis como internet de uso libre, abierto y participativo. Esos elementos son de necesario examen frente al ejercicio y posibilidad de expresión de las obras que se producen al interior de las

instituciones educativas y pueden generar nuevos usos y por ende posibilidades frente a los derechos patrimoniales que genera la figura de la cesión.

Continuando con el análisis de la problemática presente, surge otro punto de quiebra que es el derecho de transformación, ella faculta al autor para autorizar o no la modificación de su obra. Estas nuevas obras derivadas exigen según la norma la autorización y por ende permite una nueva negociación, de aplicarse la figura equivocada de la cesión absoluta a favor de la institución, desconocería ese mismo nuevo derecho que tiene el autor sobre la obra derivada, una vez más se encuentra la necesidad de realizar negociaciones individuales en cada uno de estos casos, hoy por hoy no es común que se dé la aplicación de reglamentos, en este sentido, haciendo énfasis en que esas nuevas negociaciones pueden favorecer a las dos partes del análisis presente, institución y autor.

Problemas como los expuestos en este documento, no tocan las excepciones de ley permitidas y autorizadas frente a la utilización de obras, la referencia se hace específica y directamente frente a la explotación comercial de las obras. Todo ello, en es en realidad un gran problema que limita y excluye posibilidades favorables económicamente a las instituciones y a los autores, lo que no se ha decantado es presentar mecanismos cercanos y posibles que flexibilicen las formas rígidas existentes y permitan interacción, despierten confianza y corresponsabilidad entre las partes. Así las cosas aparecerán nuevas y adecuadas formas de presentación de las obras, adecuadas a los sectores y medios en los que deben estar incluidas pues al ser tan amplio el espectro de producción que tiene una institución no todo debe ir a revistas indexadas, o está representado en artículos científicos, algunas obras on recreativas, informativas o artísticas en estos casos los lugares físicos o digitales, los tipos de contrato y la forma de comercialización se sale de lo tradicional y exige la interacción del autor que de seguro es quien sabe hacia dónde y en qué forma se debe canalizar su obra para ser productiva.

Según Ruipérez Azcárate (2012), en “Las obras del espíritu y su originalidad”, la función del autor parte de esas chispas de imaginación y creatividad que común mente llamamos ideas, las mismas que han de

materializarse para ser susceptibles de protección, reconocimiento y valoración en el mundo tangible y de rebote ahora en el mundo digital, Ruipérez (2012) define claramente que las ideas no son en sí mismas el objeto de creación, sino que es la unión misma de habilidades, conocimientos y destrezas propias de cada ser humano las que dan el tinte, la característica, la originalidad a la obra y por tanto, la calidad y el reconocimiento moral y patrimonial que se dé a cada producto está en absoluta correlación con las especiales condiciones del autor y eso en sí, es lo que le da un valor aún más especial a los desarrollos artísticos o científicos que se protegen por la línea del Derechos de Autor, siendo todo este análisis complejo y prolongado en el tiempo, no comparto de ninguna manera que las obras cedidas por contratos laborales reposen en lugares privados de las instituciones y de alguna manera queden sujetas como ya lo he dicho a las apreciaciones subjetivas en ocasiones descalificativas, sino que encuentro mejor y muy pertinente un estudio dedicado de las mismas para proceder a su valoración y reconocimiento, esta labor se otorga en las universidades y reglamentos en estudio a los nacientes comités de propiedad intelectual, anotando que estos organismos no son de popular existencia en nuestro contexto.

En este mismo sentido y analizando más a profundidad el caso de la Universidad Nacional se ha referido Andrés Sicard Correa, encontrando circunstancias como las mencionadas en relación a la Autoría de las obras y los efectos que de ella se desprenden.

Se destaca que el naciente reglamento de la Universidad Santo Tomás, prevé la creación del Comité de Propiedad Intelectual en su Capítulo X en su artículo 35 y lo presenta como órgano consultivo de la vicerrectoría académica, con facultad de recibir información sobre las obras o creaciones y dirigir sobre ellas un proceso o camino a seguir, apoyar al departamento jurídico frente a los temas referentes a PI, patentes, marcas, derechos de autor, establecer procedimientos para la explotación económica de los derechos que tenga bajo su titularidad la universidad, resolver conflictos y proponer políticas apropiadas a la PI. También proponer políticas sobre incentivos patrimoniales derivados de la Propiedad Intelectual, divulgar lo concerniente a procesos, legislación y procedimientos a la PI y otras funciones más, por tanto, el diálogo y la discusión al interior de las instituciones es pertinente y necesario hoy para

apoyar y definir posibilidades que necesitan ser incluidas para el logro de un mejor aprovechamiento de toda la producción que se desarrolla en el sector de la educación superior.

Mucho se debe puntualizar en esta específica área del Derecho de Autor, pues frente al tema de la propiedad industrial su propia naturaleza comercial ya ha definido ampliamente los lineamientos hacia el reconocimiento, valoración y producción, ya que se entiende que aquí están los negocios y oportunidades directamente, no así en el caso de los Derechos de Autor.

Si de apoyar institucionalmente los factores de producción de conocimiento, arte y cultura en la Universidad se trata, mezinquo es en mi opinión, que si un docente encargado del campo científico por ejemplo la física o la química, que a la vez tiene talentos o virtudes para escribir poesía deba acudir a medios externos a su nicho cultural para encontrar quien valore y reconozca su trabajo en ese campo, siendo el origen de la palabra Universidad el vocablo Universo o Universal. Es decir, un lugar donde cabe todo, allí mismo se debería darse la oportunidad de aprovechar esos talentos que son propios a las diferentes capacidades intelectuales del ser humano, ejemplos por montones en la historia donde Montesquieu era músico y Albert Einstein interpretaba el violín. No se pierde el rumbo frente al tema en análisis pues una institución que este organizada y con una visión amplia de valorar y reconocer los productos derivados de la Propiedad Intelectual, en campo de Derechos de Autor, no debe subvalorar la capacidad de sus miembros y por el contrario buscar potenciar todos esos extras que se valoran hoy también como activos intangibles.

Conclusiones

Realizando la revisión pertinente a las formas y modelos de gestión aplicables al reconocimiento y valoración de los Derechos de Autor en el ámbito universitario, se encontró que la dinámica del conocimiento junto es su mayor elemento de trabajo y que las obras allí producidas son eventualmente reconocidas, aceptadas y valoradas como medio de producción de desarrollo y tecnología y que por ende son susceptibles de protección por línea de derechos morales y patrimoniales.

Al analizar la temática en estudio se hace evidente que la base de nuestro sistema jurídico y legal es el derecho continental europeo, al respecto se hallan coincidencias y desarrollos legales, jurisprudenciales y doctrinales. Los desarrollos jurídicos en el campo de la protección al Derechos de Autor, en Colombia y en el mundo surgen dada la gran importancia que el conocimiento y el arte aportan al desarrollo de la humanidad, los múltiples logros en esta área del derecho marcan un camino claro y definido para su aplicación y desarrollo dejando abierto el rumbo a nuevas formas, métodos y estilos que surgen cada día más con los avances técnicos y científicos, en este orden la universidad se convierte en un factor único y especial para reconocer y valorar toda esta actividad creadora y potenciar su desarrollo y valoración. Por tanto y en aras de lograr una correcta interpretación y aplicación de las normas y procedimientos es necesaria acercarse a la temática desde las normas y tratados internacionales y la apropiación constitucional, anclando todo lo anterior a las normas internas de las instituciones educativas como es el caso del presente análisis.

El momento actual requiere de nuevas ópticas jurídicas y contractuales, que permitan el desarrollo e implementación de nuevos modelos administrativos que destaquen los beneficios y la importancia que tiene la Propiedad Intelectual en el mundo y su valor como referente de la producción y el valor de las instituciones de educación superior para este caso en Colombia y el mundo.

En pleno siglo XXI estamos en un auge de producción intelectual dadas las especiales condiciones tecnológicas, los múltiples mercados, las diferentes y nacientes ciencias y campos de acción por tanto es absolutamente necesario desarrollar elementos de orden jurídico que nos permitan a través de unas herramientas metodológicas practicas evaluar en la academia los productos con régimen Derechos de Autor, para reconocerlos y valorarlos como productos de Propiedad Intelectual en el contexto académico colombiano. Los referentes hallados en instituciones de primer nivel en el mundo evidencian que es necesario aplicar este desarrollo institucional, en beneficio de toda la actividad sobre Propiedad Intelectual, y la fundamental labor académica, creativa y económica de la Universidad colombiana.

En cuanto a lo que refiere la norma para los derechos patrimoniales de autor en el contexto académico colombiano, el régimen patrimonial de los Derechos

de Autor es de total reconocimiento y valoración, sin embargo el mismo debe ser ampliado en su espectro y campo de acción pues no es positivo en aras de un desarrollo académico y tecnológico limitar los intereses de los autores por producir nuevo conocimiento científico o artístico, limitando o recortando su beneficio patrimonial, este debe respaldar las inversiones de las instituciones de educación superior sin ninguna duda, pero también debe ser un incentivo a la producción y dedicación de los autores que rondan el mundo académico universitario.

En Colombia el desarrollo legal, jurisprudencial y normativo en el campo de la Propiedad Intelectual y en ella los avances de los Derechos de Autor en el ámbito académico universitario se ven reflejados en los nacientes Reglamentos de Propiedad Intelectual de cada institución, en ellos se hacen importantes esfuerzos para organizar las temáticas correspondientes como: ámbitos de aplicación, principios rectores, definiciones y aclaraciones sobre conceptos de PI, definición de los Derechos de Autor, las limitaciones y excepciones que frente a estos derechos se pueden o se deben dar, las responsabilidades y sanciones propias a las normativas internas y su extensión al marco normativo del país, y por supuesto un acierto innegable como es prever la creación y puesta en funcionamiento de los Comités de Propiedad Intelectual Institucionales.

Las obras creadas en el ámbito universitario poseen elementos propios que las elevan a niveles de reconocimiento y valoración, el autor dedicado con su técnica, estudio y preparación ofrece unas obras que aparecen en el mundo del conocimiento con altos estándares de calidad establecidos por el estado de la técnica pertinente a su momento, por tanto en ellos aparecen unos elementos claros de originalidad propia e irrepetible, que se vinculan directamente con el ser humano autor, que de por si es único e irrepetible, de allí que toda producción y como lo afirma la norma del Derechos de Autor, es valiosa y debe ser reconocida, valorada y protegida., por tanto la sola remuneración salarial pactada contractualmente para el caso de los docentes universitarios, debe extenderse a posibilidades como la participación en el recaudo de beneficios patrimoniales frutos de su obra, se debe estudiar y si es el caso reconocer la figura de la compensación, la remuneración por recopilación de artículos periodísticos y por usos en instituciones educativas y centros de investigación,

por reproducción, distribución y comunicación pública de artículos y trabajos, por el uso y préstamo en bibliotecas, por alquiler y comunicación pública en medios digitales.

Se concluye también que la figura de la cesión absoluta de derechos patrimoniales de autor por vía contractual, genera una cantidad de situaciones ambiguas que debe ser revisada en ocasiones caso por caso. Si bien se encontró que la cesión aparece desde el momento de la firma contractual de funciones académicas e investigativas, también se encontró que los reglamentos de propiedad intelectual de las instituciones admiten por acuerdo Inter partes la negociación de los derechos patrimoniales de autor, a título de estímulo o reconocimiento a la labor creativa de los autores, si bien no es posible establecer al inicio de la relación laboral el resultado de las obras comprometidas por los autores, si encuentro muy positivo que se permita la negociación y la reflexión en torno a esta parte de los Derechos de Autor, pues los beneficios de “*Good Will*” y los representados en sumas de dinero deben ser finalmente para el autor y para la institución, por ende su distribución obedecerá aun análisis objetivo del cual se proceda a otorgar a las partes como corresponda aplicando así un acto de mínima justicia.

Las normas jurídicas por esencia de carácter general y abstractas, orientan a los entes académicos a fijar las posturas propias en cuanto al tema de los Derechos de Autor a su interior de acuerdo a sus especiales condiciones, necesidades y habilidades, por tanto si pertenecemos a una institución de carácter público debemos analizar la forma más relevante de hacer visible el marco normativo en la institución, aquí el factor determinante es el manejo de los presupuestos y partidas económicas ya que en ellas tiene participación y responsabilidad el estado lo cual exige especial atención y cuidado, en estos casos a quien corresponda la administración financiera de la institución le cabe una altísima responsabilidad. De otro lado las instituciones privadas que gozan de un régimen y patrimonio autónomo deben considerar este aspecto con especial atención, pues no debe convertirse en un acto de abuso del empleador frente al trabajador, excusándose en la existencia de cláusulas contractuales que lógicamente son reconocidas y permitidas por la ley, pero que en la realidad de los casos pueden convertirse en violación a los principios y

fundamentos del DA, dado finalmente a que el ser humano y su relación espacio temporal definen todas las situaciones incluidas las reflexiones sobre los lineamientos jurídicos.

Frente a los efectos jurídicos que presenta la actividad de la cesión contractual de Derechos de Autor, la corte constitucional se ha referido y ha dejado en claro que aunque las cláusulas estipuladas en el contrato son ley para las partes, las mismas pueden ser objeto de negociación y pueden entregar nuevos acuerdos que beneficien en uno o en otro sentido a las partes, así las cosas el tema de los derechos patrimoniales jurisprudencialmente también reconoce que la labor creativa del autor no termina con un primer uso o una primera aplicación o publicación de su obra, en el tiempo y mediante las formas apropiadas, los nuevos usos que generen derechos patrimoniales al titular de los derechos por cesión absoluta, puede considerar realizar nuevas negociaciones con el autor quien es de por si por siempre el titular de los derechos morales de Autor y por ende le corresponde decidir también sobre asuntos concernientes a divulgación, paternidad, integridad, acceso, modificación y retirada.

Dentro de lo que se ha llamado por los estudiosos del tema el factor subjetivo aparece la posibilidad de la Cesión de derechos para lo cual lo necesariamente fundamental es que el cedente ostente la condición de autor, ante esta situación se presentan dos posturas una que predica la aparición de un derecho en el que el cedente solo autoriza un uso más no transmite totalmente el derecho y otra postura que opinan lo contrario que si hay transmisión pero deben reconocer que la titularidad de los derechos morales otorga factores que inciden en esa denominada trasmisión absoluta.

Como problemática general dentro de lo que se ha llamado por los estudiosos del tema el factor subjetivo se destaca también que, la ley faculta al autor para que frente a incumplimientos de la relación contractual, el cedente puede hasta llegar a resolver el contrato y la cesión que en él se pudo dar, si esto llegara a pasar en un contexto académico surgirían problemáticas sobre el uso y manejo de la PI, ya que ella es el motor de la función formativa de las universidades.

La cesión permite también la transmisión del total o una parte de los derechos, esta circunstancia no ha sido estudiada en debida forma en el contexto colombiano pues se presume contractualmente transmisión absoluta al estilo norteamericano o Copyright, pero las formas utilizadas en los contratos reconocen derechos morales y derechos patrimoniales al estilo continental europeo.

Es de absoluta y pronta necesidad re direccionar las acciones pertinentes al manejo del potencial que representan los Derechos de Autor, se debe iniciar un manejo mucho más racional de los mismos dada su importancia en el medio académico y del conocimiento como eje transversal de la actividad de una universidad.

Referencias

Albert Boscá, M. C. (2019). Contenido personal y patrimonial del derecho de autor en el marco de la Ley de Propiedad Intelectual española (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica de Valencia.

Broto Pérez, D. (2016). El Detroit de Suite de los Autores de Obras de Artes Plásticas. Universidad de Barcelona.

Caparroz, J. A., & Guerrero, D. (2020). PROPIEDAD INTELECTUAL Y LICENCIA DE SOFTWARE.

Centro Colombiano del Derecho de Autor. (s. f.). Derecho de Autor: Preguntas Frecuentes. Centro Colombiano del Derecho de Autor. <http://www.cecolda.org.co/index.php/derecho-de-autor/preguntas-frecuentes/76-derecho-de-autor-preguntas-frecuentes>

Comisión del Acuerdo de Cartagena. (1993). DECISIÓN 351 Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.

Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1450 Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. Congreso de la República de Colombia.

Congreso de la República de Colombia. (28 de enero de 1982). Ley 23, sobre derechos de autor.

Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 44 Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944.

Congreso de la república de Colombia. (2002). Ley 734 Por la cual se expide el Código Disciplinario Único.

Consejo Académico de la Unal. (2003). Acuerdo 35 Por el cual se expide el Reglamento sobre Propiedad Intelectual en la Universidad Nacional de Colombia. Universidad Nacional de Colombia.

Consejo Superior Fundación Universitaria Konrad Lorenz. (2020). Acuerdo No. 17 Por el cual se expide el Reglamento General de Propiedad Intelectual (Derechos de autor y propiedad industrial) en la Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Fundación Universitaria Konrad Lorenz.

Consejo Superior, U. U. (2002). Acuerdo 035 Por el cual se adopta el Estatuto de Personal Académico de la Universidad Nacional de Colombia. Universidad Nacional de Colombia.

Consejo Superior, Universidad Santo Tomás. (2017). Acuerdo No. 40 Por el cual se expide y aprueba el Reglamento de Propiedad Intelectual en todas las sedes y seccionales de la universidad. Universidad Santo Tomás.

ESAN Graduate School of Business. (2016). Los activos que no se ven pero sí se pueden contabilizar y controlar. Edu.pe. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/07/los-activos-que-no-se-ven-pero-si-se-pueden-contabilizar-y-controlar/>

Fernández Ballesteros, C. (2005). El Derecho de Autor en el Ámbito Digital. Tratados de Internet.

Fernández Molina, C., & Chaves Guimarães, J. A. (2007). Las nuevas leyes de derecho de autor: ¿adecuadas para la preservación digital? IR Information Research.

Flórez Garrot, R. A. (2011). El Derecho de Autor y Educación Virtual: Caso Universidad Nacional de Colombia – Universidad de los Andes – Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia.

Gobierno de la República del Ecuador. (s. f.). ¿Qué es el Derecho de Autor y que tipos de obras protege? Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-derechos-de-autor-y-derechos-conexos/>

Guerra Alayón, T., & Naranjo Ossa, E. (2012). Las Publicaciones en las Redes Sociales y Blogs y su Relación con las Limitaciones y Excepciones a los Derechos de Autor. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Javeriana.

Guibault, L. (2003). Naturaleza y alcance de las limitaciones y excepciones al derecho de autor y los derechos conexos en relación con las misiones de interés general de la transmisión del conocimiento: sus perspectivas de adaptación al entorno digital. UNESCO.

Jordán, M., Rodríguez, B., Andrés, P., & Landínez, A. (2014). Educación, paz y posconflicto: oportunidades desde la educación Educación, paz y posconflicto: oportunidades desde la educación superior superior. Edu.co. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1428&context=ruls>

Muriel Torrado, E. (2009). Derechos de Autor aplicados a plataformas de e-learning. https://www.ugr.es/~derechosdeautor/derechos_autor.html

OMC. (1994). El Acuerdo sobre los ADPIC y los instrumentos internacionales a los que hace referencia. Organización Mundial del Comercio.

OMPI. (1886). Reseña del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Organización Mundial del Derecho de Autor.

OMPI. (1993). Convenio de Berna “Para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas”. OMPI.

OMPI. (1996). Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT). OMPI.

OMPI. (1999). La Protección Internacional del Derecho de Autor y de los Derechos Conexos. Organización Mundial del Derecho de Autor.

OMPI. (2007). Aprender del Pasado para Crear el Futuro: las Creaciones Artísticas y el Derecho de Autor. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

OMPI. (2011). Guía práctica para la creación y la gestión de oficinas de transferencia de tecnología en universidades y centros de investigación de América Latina. Wipo.int. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/1026/wipo_pub_1026s.pdf

Pabón Cadavid, J. A. (2009). Aproximación a la historia del derecho de autor: antecedentes normativos. Revistas Uexternado. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/457/3624>

Pacheco, J. D. V. (2004). ¿Qué son los Derechos de Autor y los Derechos Conexos? (Tesis de pregado). Universidad de los Andes.

Plata López, L. C. (2005). Valoración de los Activos Intangibles, la Nueva Riqueza de las Empresas. Revista de Derecho. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/derecho/article/download/2555/4196?inline=1>

Quirós Hidalgo, J. G. (2006). Titularidad y Transmisión de los Derechos de Autor del Profesorado Universitario. AFDUDC, 871–882.

Ríos Ruiz, W. R. (2009). El concepto de la sala de consulta y servicio civil del Consejo de Estado frente a la obra futura y por encargo creada en virtud de una relación laboral y de un contrato de prestación de servicios. Universidad Externado, de Colombia. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/458/3625>

Ruipérez de Azcárate, C. (2012). Las obras del espíritu y su originalidad. Revista de Derecho UNED, 817–828.

Torrado, E. M. (2012). Los Derechos de Autor y la Enseñanza en la Universidad: el Papel de la Biblioteca Universitaria (Tesis doctoral). Universidad de Granada.

Universidad Cooperativa de Colombia. (2016). Derechos de autor e investigación en las universidades. Edu.co. <https://www.ucc.edu.co/bogota/prensa/2016/Páginas/Derechos-de-autor-e-investigaci%C3%B3n-en-las-universidades.aspx>

Vega Jaramillo, A. (2010). Manual de Derecho de Autor. <http://derechodeautor.gov.co:8080/documents/10181/331998/Cartilla+derecho+de+autor+%28Alfredo+Vega%29.pdf/e99b0ea4-5c06-4529-ae7a-152616083d40>

WIPO. (s. f.). Derecho de autor ¿Qué es el derecho de autor? WIPO. Recuperado 25 de diciembre de 2021, de <https://www.wipo.int/copyright/es/>

Capítulo 2.

Marca País Colombia, Evolución y Posicionamiento en Latinoamérica

Lady Fajardo Castellanos

Marcela Liseth Fernández Pedreros

José Ovidio Nocua

Samuel Antonio Vargas Vargas

Resumen

Marca país, es un esfuerzo para desarrollar la economía nacional, buscando inversión extranjera, turismo interno e internacional, y promocionando productos y servicios locales, actuando como un signo de calidad y autenticidad. Este trabajo se centra en el posicionamiento y la evolución de la marca país Colombia a nivel Latinoamérica, además, busca identificar fortalezas y oportunidades de mejora, también, se analizan los casos de éxito de marca país en Latinoamérica, la percepción internacional que se tiene de estos y el valor de la marca país a través del tiempo, los datos son obtenidos principalmente de los informes de FutureBrand, Bloom-Consulting y BrandFinance Journal. Según los informes de marca país realizados para Latinoamérica en el 2017–2018 por FutureBrand, los países con mejor percepción internacional son Argentina, Brasil, México, Chile y Perú, Colombia por su parte, se encuentra ubicada en el décimo lugar del ranking latinoamericano. Se encontró que los países latinoamericanos son percibidos principalmente por su atractivo turístico y se visualizan en menor proporción

como una región para realizar inversiones económicas. También se encontró que no necesariamente una marca con mayor valorización genera mejor percepción internacional. Colombia desde la creación de su marca en el 2005 se ha logrado posicionar a nivel internacional, sin embargo, se debe vencer la equivocada percepción que se tiene del país.

Palabras clave

Colombia, Latinoamérica, Marca, Marca País, Posicionamiento

Abstract

Country brand is an effort to develop the national economy, seeking foreign investment, domestic and international tourism, and promoting local products and services, acting as a sign of quality and authenticity. This work focuses on the positioning and evolution of the country brand Colombia at Latin American level, also, it seeks to identify strengths and opportunities for improvement, also, the success cases of country brand in Latin America are analyzed, the international perception of these and the value of the country brand over time, the data are obtained mainly from the reports of FutureBrand, Bloom-Consulting and BrandFinance Journal. According to the country brand reports conducted for Latin America in 2017-2018 by FutureBrand, the countries with the best international perception are Argentina, Brazil, Mexico, Chile and Peru, Colombia for its part, is located in tenth place in the Latin American ranking. It was found that Latin American countries are perceived mainly for their tourist attractiveness and are seen to a lesser extent as a region for economic investment. It was also found that a brand with a higher valuation does not necessarily generate a better international perception. Since the creation of its brand in 2005, Colombia has managed to position itself internationally; however, the wrong perception of the country must be overcome.

Key words

Brand, Country Brand, Colombia, Latin America, Positioning

Introducción

Las marcas nacen como una forma de comunicación, en donde los artesanos y granjeros de Roma y Grecia antigua marcaban sus productos para que fueran reconocidos por los compradores. En el siglo XIX los fabricantes empezaron a utilizar las marcas como estrategia para llegar a un mercado masivo, haciendo distinción de sus productos, en cuanto a la presentación y características del producto (Casilda y González, 2002). En 1883 surgió el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (OMPI, 1983), en cuanto a la protección de marcas, en 1957 en virtud al arreglo concluido en la conferencia diplomática de Niza, fue instituida “La clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas – Clasificación Niza” (OMPI, 1957), su undécima versión entro en vigencia el 1 de enero de 2017. La marca país o country Brand, nace gracias a la necesidad de posicionar un país frente al mercado internacional, con el objetivo de generar una identidad propia, capitalizando el origen de los productos, las empresas, los atributos naturales y las personas en los mercados globales (Echeverri, 2009). Con respecto a la medición de la reputación internacional de países, existen compañías dedicadas a esta labor como FutureBrand y Bloom-Consulting estas compañías han estudiado la percepción de países en todo el mundo, entregando informes periódicos como el Country Brand Index por FutureBrand y el Country Brand Ranking por Blomm-Consulting. Por otro lado, el BrandFinance Journal genera reportes anuales sobre el valor de la marca país donde se comparan las marcas de 100 países.

FutureBrand realiza un ranking global de percepción de marca país, y además, genera un ranking en seis dimensiones las cuales están divididas en dos grupos, el primero, Experiencia: made in, turismo, patrimonio y cultura, y el segundo, Propósito: sistemas de valores, calidad de vida, y potencial de negocios (QRI Consulting, s.f); la metodología utilizada por FutureBrand se basa en encuestas de percepción a un público seleccionado. En cuanto a Bloom-Consulting realiza dos rankings de marca país, uno, para turismo y otro para comercio; la metodología utilizada se basa en el análisis de la percepción y del desempeño económico de los sectores turístico y comercial de un país (Bloom Consulting, 2017).

Para este estudio se analizan los informes presentados por estas compañías a nivel mundial y a nivel Latinoamérica, en lo específico para Colombia se hace una retrospectiva desde la creación de la marca país en el 2005, y se compara su evolución con los cinco países latinoamericanos con mejor percepción a nivel internacional.

Contextualización de marca país (problemática)

En la actualidad la imagen de un país es primordial para conseguir nuevos negocios, mantener los inversionistas nacionales e internacionales, atraer turistas extranjeros, promover el turismo interno y promocionar la venta de productos nacionales a nivel mundial.

Debido a que Colombia desde el siglo pasado ha estado en conflicto, el mundo la ha visualizado de forma negativa, sin embargo, el país se ha mantenido persistente, buscando el cambio y proyectándose de forma positiva para alcanzar la paz.

En el 2005 se crea en Colombia la marca país “Colombia es Pasión” la cual entregó resultados positivos y evolucionó en el 2012 como “Marca País CO”, en la actualidad la imagen del país es administrada por PROCOLOMBIA, entidad que también se encarga de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia y las exportaciones no minero energéticas (Procolombia, s.f.)

Partiendo de que la marca país Colombia se ha posicionado en los rankings mundiales de percepción internacional, se realiza un análisis de cómo ha evolucionado y su proyección en comparación con otros países latinoamericanos.

Concepto de marca

La marca es un factor clásico dentro del marketing y hace referencia a como se diferencian los productos en el mercado, Kotler (2008) como se citó en Ontaneda (2017) define la marca “como la promesa de una parte vendedora de proporcionar un conjunto específico de características, beneficios y servicios de forma consistente a los compradores”. Igualmente, resalta que la marca es algo complejo, ya que se encarga de comunicar seis niveles de significados:

atributos, beneficios, valores, cultura, personalidad y usuarios. En este mismo sentido, se pronuncia la Asociación Americana de Marketing AMA (citado por Cornelio, 2017) asegurando que la marca es un instrumento que se utiliza para identificar productos y servicios en el mercado además de diferenciarlos de la competencia, ya sea a través de un símbolo, o un nombre o la combinación de los mismos, que busca adicionalmente, vender más y repetir la compra.

La Organización Mundial de Propiedad Intelectual o WIPO (sus siglas en inglés) define una marca como “un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra. Las marcas son derechos de propiedad intelectual (PI) protegidos” (s.f.). Asimismo, para la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia SIC, la marca “es una categoría de signo distintivo que identifica los productos o servicios de una empresa o empresario” (s.f.).

En esta perspectiva, la marca también hace alusión a dos aspectos muy importantes como son la imagen y la identidad de marca. El primero, tiene que ver con la proyección mental que tienen los sujetos sobre lo que trasmite al exterior una marca (Costa, 2004 como se citó en Fernández, 2005), el segundo aspecto, hace referencia a las creencias y valores que dan cuenta como desea ser percibida esa misma marca y que pueden ser gestionados y elaborados por medio del branding (Mayorga, 2017). En consecuencia, la marca está constituida por la imagen y la identidad, las cuales trabajan de forma conexas y complementaria, para su recordación. En este mismo sentido, autor Anónimo (2016) citado por (Cleves y García, 2016), afirma que, “la imagen de marca es el conjunto de percepciones, asociaciones, recuerdos y prejuicios que el público procesa en su cabeza y cuya síntesis es una imagen mental del producto”.

Dentro de este marco, para los países, es fundamental crear su propia marca, con una identidad de marca atractiva, coherente, beneficiosa y fuerte que le permita lanzarla internacionalmente y mostrarse al mundo, haciendo visibles su reputación, la imagen, los productos que ofrece, la cultura y demás atributos que posee la nación (FutureBrand, 2018).

Marca País

Según PaísMarcaOBS “la marca país es una propuesta de valor que ofrece un País a sus visitantes e inversionistas con tres dimensiones, turismo, exportaciones e inversión extranjera directa” (Mariño, s.f.). La marca País, tiene como obligación, por así decirlo, crear una identidad propia, y posicionar el País de origen en los mercados internacionales, para influir directamente en las personas, y que puedan visitarlo, invertir o realizar negocios en él. Es decir, y retomando las palabras De San Eugenio Vela, (2013), “debe venderle al mundo la identidad de un territorio en congruencia con lo que se tiene y lo que se ofrece para crear una reputación” (citado por Agudelo y Arboleda, 2017). La marca País integra los productos, organizaciones e imagen que representa nación.

Por lo tanto, la marca País Colombia, ratifica su compromiso y se encargan de “gestionar esa imagen positiva que tenemos para mostrar”. De la misma manera su objetivo es “cerrar la brecha entre las percepciones negativas que tienen en el mundo acerca de Colombia y las realidades del país, los avances, el talento y el potencial” Por esta razón, la marca País Colombia “trabaja por resaltar los hechos que atraen a los turistas, inversionistas y compradores que finalmente se van convencidos de que Colombia es el destino ideal para vivir una experiencia única” (Marca País, s.f.).

Marca país y el posicionamiento

El posicionamiento de marca País, es una labor ardua, pero necesaria. Se fundamenta en el lugar que ocupa un producto, servicio o un País en la mente del consumidor, de manera que este sea seleccionado como primera opción dentro de su clase con respecto a la competencia. Sin embargo, se debe profundizar en la experiencia, al ofrecer mayor valor, y hacer de esta, significativa y gratificante.

Sin duda, las personas, perciben las marcas País con distinto valor, realizan evaluaciones con base en las imágenes del lugar de origen; las cuales pueden tener un efecto positivo, neutro, o negativo, entre residentes, y compradores no

residentes. Por ello, cuanto más favorable sea la imagen de un País, más se debe destacar su nombre en la promoción de la marca: Colombia para el café, Rusia para el vodka (Kotler, Irving y Haider, 2007).

Ries y Trout (1989) (citado por Ojeda y Pérez, 2018) indican que para un “óptimo posicionamiento internacional se debe cautivar al consumidor por medio de un mensaje principal que directamente genere un sentimiento y una mentalidad en los consumidores como un destino tanto turístico como de inversión”, de igual manera Echeverri (2009) citado por (Ojeda y Pérez, 2018) hace referencia a “la estrategia de posicionamiento de un país en particular que se enmarca en el objetivo de capitalizar el origen de los productos, las empresas y las personas en los mercados globales”

En este sentido, una marca País tiene características *sui generis* que la hace distinta a una marca comercial, como se muestra en la Tabla 1. Las marcas País no operan en el ámbito del derecho privado como las marcas comerciales, y no deben reducirse a ese nivel en su reconocimiento y protección.

Tabla 1 Características de la marca País

Características	Descripción
Es un signo.	Que el Estado adopta basado en políticas y estrategias públicas que buscan promover identidad e imagen de un país y de sus sectores importantes como el turismo, las exportaciones y las inversiones.
Naturaleza. Es un instrumento	Globalmente identifica y representa a una nación. Se proyecta en dos escenarios a nivel nacional e internacional.

Nota: Elaboración propia.

Nota: adaptada de la Organización Mundial de la propiedad Intelectual. Propuesta de la república del Perú para el reconocimiento y protección de marcas país (p.1). Disponible en: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_39/sct_39_9.pdf

Marca País en Latinoamérica

En la actualidad alrededor de 25 países latinoamericanos cuentan con marca país, de los cuales los mejor posicionados a nivel global según los informes de FutureBrand Index del 2010 al 2015, son Argentina, Brasil, Chile, Perú y México, ver Figura 1, sin embargo, en el último informe del 2014-2015, se puede observar que la tendencia de estos países es a bajar la posición dentro del ranking, lo que es negativo puesto que indica que la percepción está desmejorando, no solo de los países como entes individuales sino también de Latinoamérica en general. Por su parte Colombia presenta un comportamiento creciente del 2013 al 2015 donde subió de la posición 85 a la 63, no obstante, aún se encuentra por debajo de los países Latinoamericanos con mejor percepción a nivel mundial. Por otro lado, según el informe de Bloom-Consulting 2017–2018, los países que tuvieron mayor desempeño económico en Latinoamérica fueron Brasil, México, Chile, Colombia, Argentina y Perú.

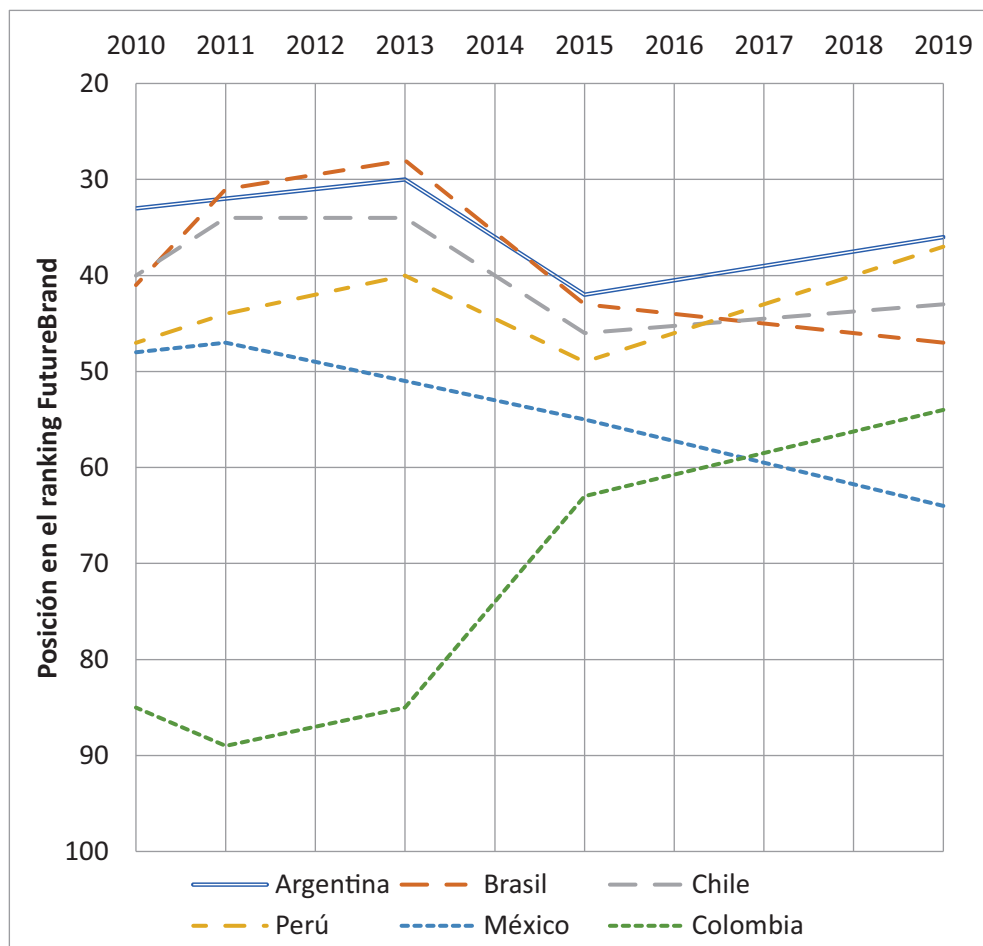


Figura 1. Posicionamiento de los países latinoamericanos con mejor percepción a nivel mundial del 2010 al 2019.

Fuente elaboración propia, datos recuperados de los informes FutureBrand Contry Index 2010 -2019.

de los países latinoamericanos en cuanto al eje experiencia, Colombia no se encuentra muy alejada de Chile y Perú, sin embargo, existe una diferencia significativa con Argentina, Brasil y México. Por otro lado, analizando el eje “Propósito”, Figura 3, el cual hace referencia al interés de negocio por parte del mercado extranjero en un país, (FutureBrand, 2017 - 2018); se puede observar que, en Argentina, Brasil, México, y Chile se tiene una mejor percepción de la aptitud para los negocios en comparación con Perú y Colombia.

baja, sin embargo, en Perú, México y Brasil, la imagen tampoco es muy buena, Argentina por su parte ostenta la mejor percepción de calidad de vida entre los países analizados; En general Latinoamérica presenta una percepción baja en cuanto a calidad de vida.

Gracias a los reportes anuales del BrandFinance Journal, se realiza una comparación entre el valor de la marca país de Brasil, México, Argentina, Chile, Colombia y Perú, del 2010 al 2018, ver Figura 4.

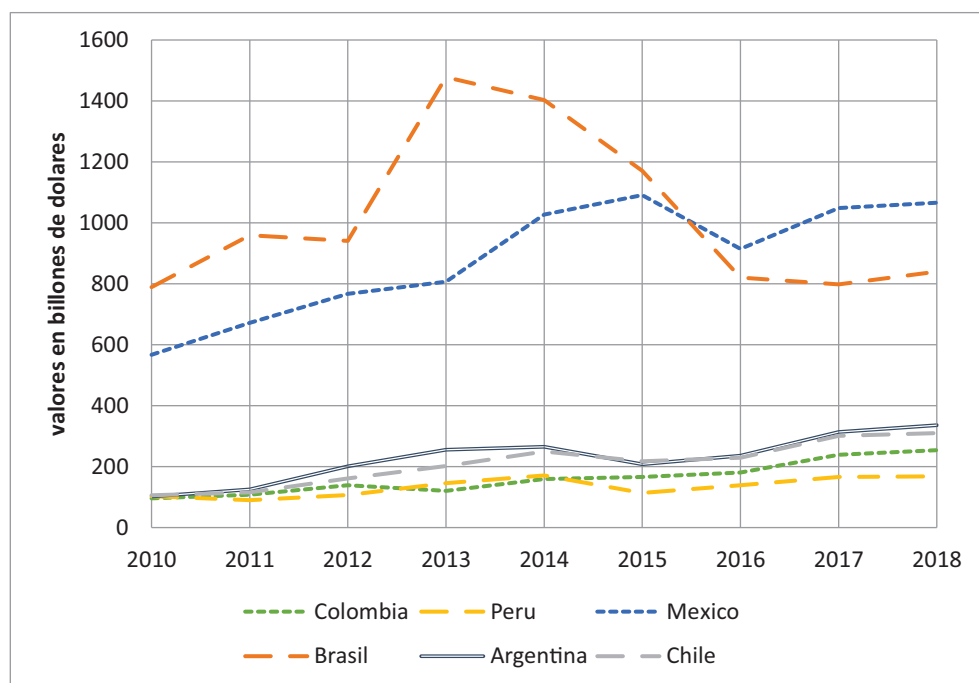


Figura 4. Valor de la marca país, a nivel Latinoamérica.

Fuente elaboración propia, Nota: adaptada de los informes Brand Finance 2010-2018.

Se puede observar que las marcas país mejor valorizadas entre el 2010 y el 2018 son México y Brasil, aunque, el comportamiento de Brasil ha caído desde el 2013 cuando se cotizaba en \$1.478 USD bn, para 2018 llegó a un valor de \$840 USD bn, en cuanto a México en el 2015 llegó a costar \$1.091 USD bn al año siguiente tuvo una caída al llegar a \$915 USD bn, luego empezó a mejorar

nuevamente con un incremento de \$134 USD bn en el 2017 y \$17 USD bn en el 2018, llegando a un total de \$1.066 USD bn y posicionándose como la marca país con mejor valorización de Latinoamérica. Es relevante resaltar que la marca país con mayor valorización en el mundo es la de Estados Unidos con un costo de \$25.899 USD bn al 2018. En cuanto a la posición de las marcas a nivel mundial según el costo de las mismas Brasil ostento el octavo puesto durante los años 2012 y 2013, para el 2018 se ubicó en la posición 17, la caída de valor de la marca país Brasil y en consecuencia la de su posicionamiento se debe a la recesión económica que se presenta desde el 2012, ocasionada por errores de política económica (Portafolio, 2018). Por otro lado México ha estado entre las posiciones 13 y 16 desde el 2010 al 2018, en la actualidad se encuentra en la posición 14, en cuanto a Argentina, Chile, Colombia y Perú, se ubican entre los puestos 33 y 52. A continuación en la Figura 5 se presenta la posición de los países latinoamericanos a nivel mundial y el valor de la marca país para el 2018 (Portafolio, 2018).

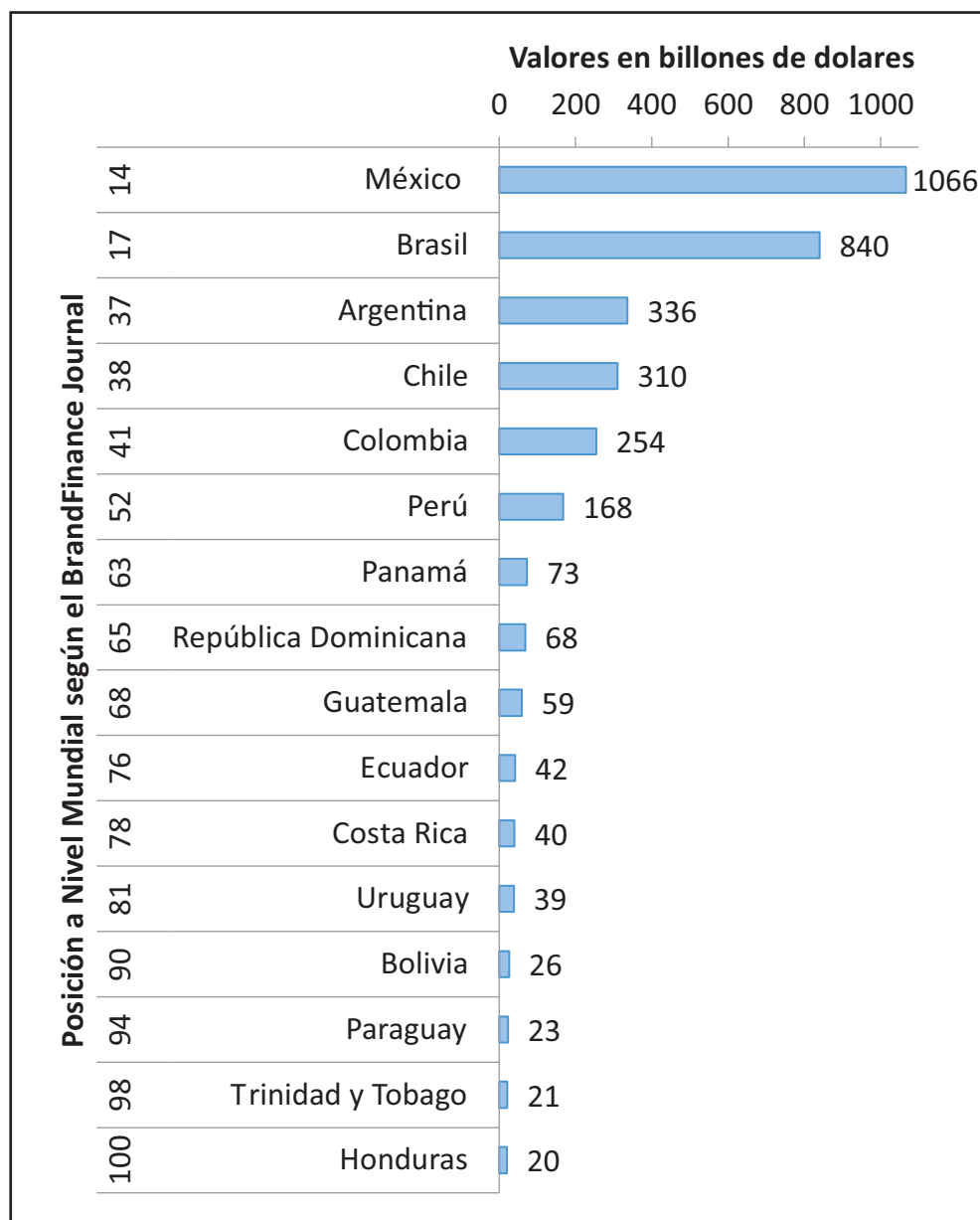


Figura 5. Valor de la marca país al 2018 en Latinoamérica.

Fuente elaboración propia, adaptada de los informes Brand Finance 2018.

Al comparar el comportamiento del valor de marca país y del posicionamiento en el ranking de percepción, se observa que no se tiene una relación directa entre ellos, aunque la marca país incremente su valor, la posición puede bajar o subir en el ranking de percepción independientemente, sin embargo, se tiene el caso particular de Brasil que para el 2013 el valor de la marca empezó a caer drásticamente y la posición también. Por otro lado, aunque México y Brasil, tienen las marcas con mayor valorización de Latinoamérica, en el ranking de percepción se observa que su comportamiento presenta una tendencia a la baja, incluso están mejor posicionadas las marcas de Argentina, Chile, y Perú, marcas con valorizaciones por debajo de \$400 USD bn, lo que representa menos de la mitad del valor de las marcas de México y Brasil, por lo que se concluye que no necesariamente una marca con mejor valorización tiene mejor percepción internacional.

Latinoamérica con su gran patrimonio histórico, sitios de interés, y biodiversidad, se ha visualizado como una región turística para el mundo, sin embargo, es necesario realizar esfuerzos para que se proyecte como un territorio cada vez más atractivo para la inversión económica.

Marca País Colombia, en toda su dimensión

En la década de los noventa durante la crisis ocasionada por el conflicto interno, para Colombia fue necesario buscar estrategias para cambiar la percepción negativa del país y así atraer inversionistas, promover el turismo y el comercio (Moreano, 2005), en el gobierno de César Gaviria se realizó el estudio “Diez imperativos estratégicos de la competitividad colombiana”, donde la recomendación fue crear la Marca País con el fin de mejorar la percepción internacional (Ramos y Noya, 2006), sin embargo, no se le dio continuidad a esta propuesta, pero se visualizó por primera vez en Colombia la marca país como una estrategia de competitividad. Para el 2004 se gesta el proyecto “Identidad Colombia: la moda y los accesorios hechos a mano”, impulsado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en colaboración con la primera dama de la nación, Artesanías de Colombia, Proexport Colombia y el Instituto para la Exportación y Moda – Inexmoda (Salazar,

2006), el cual fue presentado en Milan - Italia y buscaba proyectar a Colombia como un país competente en términos de la moda.

En 2005 el gobierno nacional al ver el éxito de la propuesta “Identidad Colombia”, decide trabajar en la consolidación de la marca país, con el fin de mejorar la imagen de la nación en el exterior, incentivar el turismo, las inversiones y las exportaciones, se le dio la administración de la marca país al fideicomiso Proexport (Herrera, 2014). Se buscó que la marca país proyectara los rasgos distintivos de Colombia y de los colombianos, por lo que se realizaron 150 entrevistas a extranjeros y 450 entrevistas a colombianos en 14 ciudades de Colombia, donde la pregunta principal fue ¿ustedes que son?, en general las personas respondieron trabajadores, emprendedores, berracos, perseverantes, creativos y recursivos (Villa, 2009), por lo que se concluyó que los colombianos hacen las cosas con pasión, y se definió el slogan como “Colombia es Pasión”, esta propuesta se consolidó en el 2005 y buscó no solo transmitir una idea positiva del país si no también una emoción. Esta iniciativa logra que Colombia posicione su marca país en los rankings mundiales desde el 2009 y sea reconocida nacional e internacionalmente. Esta campaña ascendió en su totalidad a los tres millones de dólares y fue financiada por el sector privado en un 95% (Ramos y Noya, 2006). “Colombia es Pasión”, tenía la estrategia del marketing emocional, la cual se basaba en la visibilidad de los principios, valores y el calor humano de los colombianos, no solo a nivel internacional, sino también a nivel interno, con el fin de incrementar en los colombianos el patriotismo hacia la nación, y lograr un apoyo para la obtención de una mejor reputación del país. Dentro de las estrategias se creó el equipo de ciclismo “Colombia es Pasión”, se realizó el lanzamiento de la canción “Somos Pasión”, que contó con la participación de artistas como Maia y Sebastián Yepes (Colombia, s.f.).

Para el 2011 se plantea una nueva propuesta para el país, “La respuesta es Colombia”, la cual inicio en 2012, enfocada a promocionar los rasgos distintivos del país, como por ejemplo la cultura, la biodiversidad, la gente, y la gastronomía.



Figura 6. Logos Marca país Colombia: Colombia es Pasión y La respuesta es Colombia.

Fuente elaboración propia adaptada de <https://www.colombia.co/>

El logo de Colombia es Pasión, simboliza la intensidad, la tenacidad y la alegría de los colombianos, además, el corazón y el color rojo la pasión, este logo es sustituido por uno nuevo, donde se exalta la megadiversidad “eje de la nueva marca, asociada a la idea de que Colombia es un país que ofrece soluciones al mundo por el talento humano, la estabilidad y proyección de la economía y la variedad étnica, turística, lingüística y cultural que tiene” (El Espectador, 2012).

Con la evolución de la marca país, a “La Respuesta es Colombia” se dio un mayor apoyo económico por el gobierno en curso, más de cuatro millones de dólares, casi 7 veces el presupuesto que se había dado a “Colombia es pasión”; sin embargo, en este mismo periodo la inversión de México fue superior 173 millones de dólares, en Argentina 90 millones de dólares, en Chile 25 millones de dólares, y en Perú 20 millones de dólares (Ricaurte y Ángel, 2016), países con mejor percepción a nivel internacional en la época. En el informe reportado por FutureBrand Country Index 2019, Colombia se encuentra a nivel mundial en la posición 54 y en Latinoamérica en posición 9.

A continuación, se expone una línea de tiempo que muestra la evolución de la Marca País entre los años 2004 a 2019:

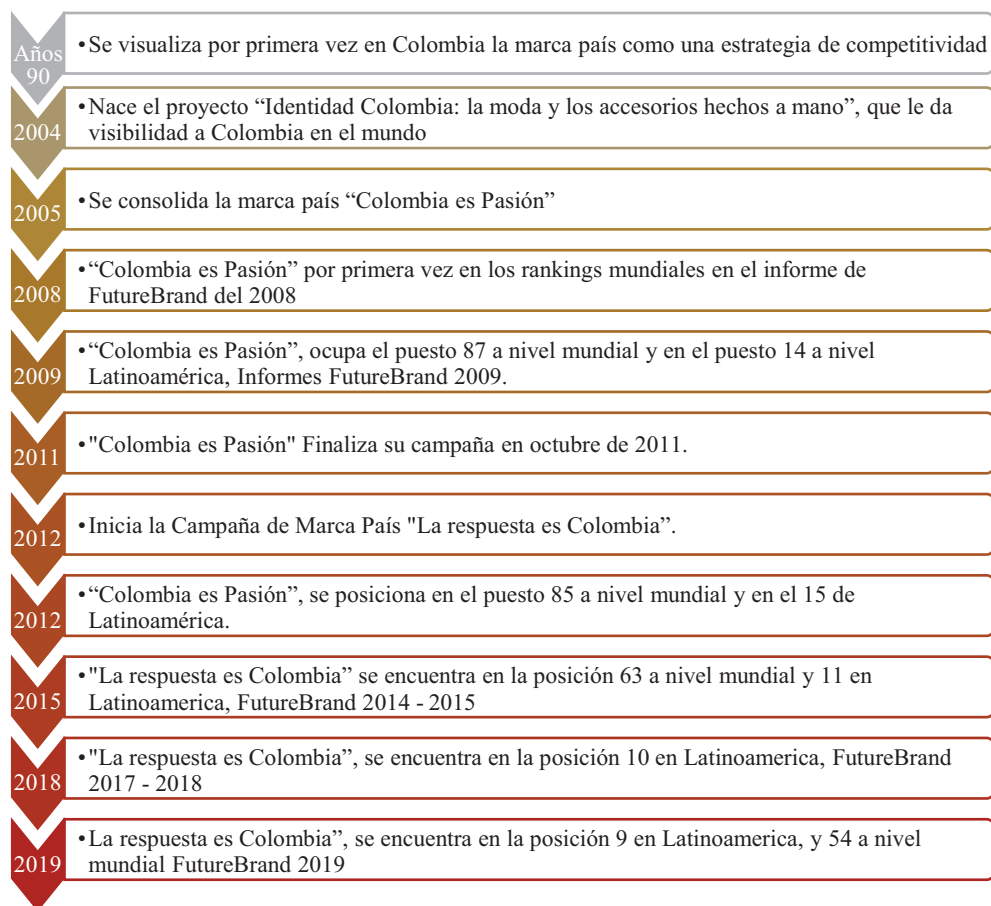


Figura 7. Línea de tiempo evolución y posicionamiento Marca país Colombia.

Fuente elaboración propia

Como fortaleza de la Marca País Colombia, aparecen algunos productos que la identifican y la hacen reconocer ante el mundo, existen hoy en el ámbito mundial los productos con denominación de origen, para el caso colombiano son reconocidos entre ellos: El café de Colombia, propio de los departamentos del, Cauca, Nariño, Huila, Tolima, Sierra nevada y Santander, el reconocido bocado veleño, queso del Caquetá, queso Paipa, el bizcocho de achira del Huila, el clavel, las orquídeas y la rosa colombiana, la tejeduría del Sinú

La marca país Colombia aparece por primera vez en los rankings mundiales en el informe de FutureBrand del 2008, para el 2009 se posiciona en el puesto 87 a nivel mundial y en el puesto 14 a nivel Latinoamérica, en el 2012 la marca se encuentra posicionada en el lugar 85 a nivel mundial y en el puesto 15 de Latinoamérica, momento en el cual “Colombia es Pasión” evoluciona como “La Respuesta es Colombia”, con la llegada de la nueva propuesta para el 2015 la marca se posiciona en el lugar 63 a nivel internacional y a nivel Latinoamérica en el puesto 11, al 2018 la marca se encuentra de décima en el ranking latinoamericano, para el 2019 se sube a puesto noveno en Latinoamérica y al 54 a nivel mundial, datos obtenidos de los informes de FutureBrand desde el 2008 hasta el 2019 (Futurebrand, 2018).

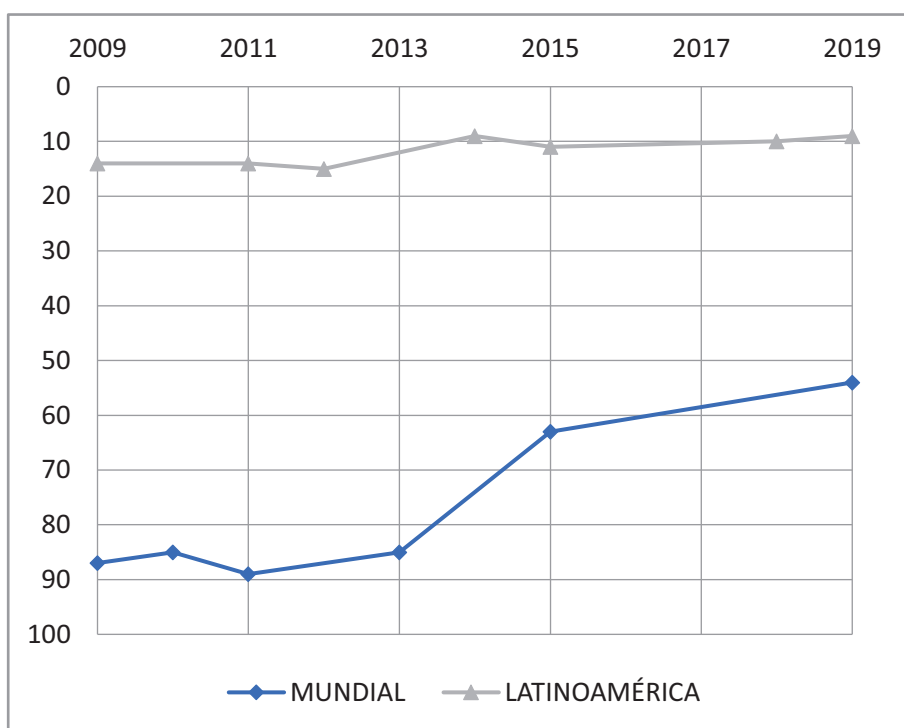


Figura 9. Posicionamiento de la marca país Colombia.

Fuente elaboración propia adaptada de los informes de FutureBrand Contry Index 2008-2019.

La marca país ha evolucionado, al darle a Colombia visibilidad a nivel internacional, al buscar inversionistas extranjeros, al promocionar el turismo y al cambiar de forma positiva la percepción que se tiene del país, es importante resaltar que los colombianos han generado mayor sentido de pertenencia y patriotismo. En la actualidad la marca país busca diferenciar a Colombia del resto de los países destacando sus atributos, como, por ejemplo, los productos propios, la Sierra Nevada de Santa Marta, Caño Cristales en La Macarena - Meta, la diversidad de animales salvajes, los resguardos indígenas, sus paramos, la gastronomía, el folclor y la gente, esto con el fin del reconocimiento de los rasgos distintivos del país globalmente.

Fortalezas Oportunidades, Debilidad y Amenazas FODA identificadas

Se realiza un análisis a través de una matriz FODA con el fin de identificar estrategias a utilizar para mejorar la percepción del país a nivel nacional e internacional.



Figura 1. Matriz FODA. Fuente elaboración propia

Tabla 2

Estrategias para mejorar la percepción del país a nivel nacional e internacional

Impacto nacional	Impacto internacional
Apoyar a las pequeñas y medianas empresas para que certifiquen sus productos con estándares de alta calidad.	Promover la exportación de productos propios de cada región que cuentan con alta calidad.
Buscar la inversión de las pymes en la marca país presentando los beneficios y las oportunidades de negocio que se generan.	Apoyar a los deportistas y artistas a que muestren su trabajo a nivel nacional e internacional y así generar una imagen positiva del país.
Fortalecer el patriotismo desde la primera infancia, inculcando valores como el respeto hacia sí mismo, hacia los demás y hacia el medio que lo rodea, con el fin de obtener generaciones de adultos responsables e íntegros.	Campañas que presenten la importancia de la fauna y la flora que se tiene en las diferentes regiones del país, su cuidado y preservación.
Programas para incentivar el turismo interno por parte de los colombianos buscando como estrategia las diferentes culturas que se tienen en el territorio nacional.	Participación en eventos internacionales que proyecten los cambios positivos que ha tenido el país en cuanto a seguridad.

Nota: Fuente elaboración propia.

El posicionamiento de los países Latinoamericanos en el rankin de Country Brand Index a nivel mundial, indica que cada país tiene un comportamiento diferente, los cambios bruscos de percepción se dan por los momentos significativos que marcan la historia y las diferentes problemáticas propias de cada nación. En Países como México y Brasil se ha desmejorado su imagen ante el mundo, por otro lado, Argentina, Perú, y Chile, han tenido altas y bajas, manteniéndose dentro de los primeros 50 puestos, actualmente con una

tendencia positiva. Colombia ha progresado desde el 2011 subiendo de nivel en cada estudio, lo que demuestra que los esfuerzos realizados por los colombianos han dado frutos.

Para Colombia la Marca País es una estrategia exitosa para mejorar su imagen, contribuyendo a cerrar la brecha existente entre la realidad del país y como se percibe en el exterior, convirtiéndose en un activo fundamental, pues genera más oportunidades de negocio, atrae inversionistas extranjeros, incentiva la exportación de productos nacionales, el turismo, en general promueve el crecimiento de la economía del país.

La exportación de productos nacionales bajo la marca país es parte importante para la visibilidad de Colombia ante el mundo, se debe garantizar que los productos sean de alta calidad, a fin de ser identificados como productos confiables, y así generar una percepción positiva con respecto a lo que se produce en Colombia, en consecuencia, fidelidad con lo producido en el país.

En la actualidad la imagen de un país es primordial para conseguir nuevos negocios, mantener los inversionistas nacionales e internacionales, atraer turistas extranjeros, promover el turismo interno y promocionar la venta de productos nacionales a nivel mundial. Debido a que Colombia desde el siglo pasado ha estado en conflicto, el mundo la ha visualizado de forma negativa, sin embargo, el país se ha mantenido persistente, buscando el cambio y proyectándose de forma positiva para alcanzar la paz.

Conclusiones

La marca país en Colombia ofrece diferenciadores importantes como posicionamiento del mercado a nivel internacional y construye identidad, que incentivan la inversión extranjera, productos y servicios con alto valor agregado, que impactan de manera significativa la reactivación económica, generando empleo y mejorando la calidad de vida de las comunidades.

La marca Colombia siendo una estrategia de internacionalización, actúa como instrumento de marketing que busca mejorar los indicadores de competitividad del país haciendo visibles potenciales oportunidades dentro del territorio nacional.

De las experiencias de marca analizadas en Latinoamérica, se identificaron aspectos comunes y relevantes en su formulación, una de ellas es la imperiosa necesidad que tienen los gobiernos en comunicar una identidad coherente, permeada por valores y atributos sólidos que permitan su posicionamiento en medio de la globalización y el acelerado desarrollo tecnológico del mundo.

Colombia al igual que otros países en Latinoamérica buscan a través de su generación de marca país potenciar y promover la llegada de inversión extranjera, captar un mayor número de turistas extranjeros potenciando el turismo y aumentando las exportaciones, convirtiéndose así en una estrategia de política exterior que facilite la incursión en el mercado internacional.

La marca país por sí sola no constituye la solución definitiva para motivar la inversión extranjera y el turismo, de la misma manera, que no significa la única forma de suscitar las exportaciones nacionales, será infructuoso su esfuerzo sino está respaldada por una realidad coherente a la promocionada, ni a productos y/o servicios de alta calidad que satisfagan los mercados internacionales. La marca representa una oportunidad para comunicar valores representativos y diferenciadores que confieran características contundentes a un destino en un entorno considerablemente competitivo y saturado de información.

Referencias

Agudelo Zapata, N. F., & Arboleda Ramírez, M. T. (2017). Marca País como Generador de Valor Agregado a la Oferta Exportable de Pulpa de Fruta de Colombia Hacia Corea del Sur. Universidad EAFIT.

Bloom Consulting. (2017). Marcas País 2017: ¿Quién lidera en turismo y comercio? Ganadores y Tendencias. El Observador de la Marca del Lugar. <https://placebrandobserver.com/country-brand-ranking-2017-winners-trends/>

Casilda Bejar, R., & González Silvestre, E. (2002). La marca país como ventaja competitiva el valor de la marca España. Revista de economía.

Cleves Ramírez, L., & García Bernal, L. H. (2016). Propuesta para el Reposicionamiento de Marca de la Empresa de Energía de Bogotá S.A. E.S.P. Universidad Gran Colombiana.

Cornelio Esquerdo, G. S. (2017). Proyecto I: Identidad y Marca. diseny.recursos.uoc.edu. <http://diseny.recursos.uoc.edu/recursos/ident-marca/1-3-1-marca-frente-a-identidad-corporativa/>

Echeverri Cañas, L. M. (2009). La marca país: el reflejo de la identidad cultural y empresarial de una nación. Ascolfa. <file:///C:/Users/VANESA/Downloads/MARCAPAISREFLEJODELAIDENTIDADCULTURALYEMPRESARIAL-ASCOLFALME.pdf>

El Espectador. (7 de septiembre 2012). “La respuesta es Colombia”, nueva marca país para atraer a un mundo en crisis. El Espectador.

Fernández Gómez, J. D. (2005). La imagen de marca. Un fenómeno social. Comunicación, 323–329.

Futurebrand. (2018). Country Brand Report América Latina 2017/2018. [futurebrand. https://www.futurebrand.com/uploads/CBR-17_18.pdf](https://www.futurebrand.com/uploads/CBR-17_18.pdf)

Giraldo López, J. (17 de marzo de 2018). Colombia tiene 27 denominaciones de origen registradas en la SIC. Asuntos Legales. <https://www.asuntoslegales.com.co/pleitos/colombia-tiene-27-denominaciones-de-origen-registradas-en-la-sic-2611887>

Herrera Rodríguez, F. A. (2014). Construcción de marca país como instrumento de política exterior de colombiana. Pontificia Universidad Javeriana.

Kotler, P., Irving Rein, D. G., & Haider, D. (2007). Marketing internacional de lugares y destinos. Pearson-prentice hall.

Marca País. (s. f.). ¿Quiénes Somos? www.colombia.co. <https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/quienes-somos/>

Mariño López, D. (s. f.). Mira lo que es la Marca País. www.sic.gov.co. <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/mayo17/mira-lo-que-es-la-marca-pais>

Mayorga Gordillo, J. A. (2017). Personalidad de la Marca Socialmente Responsable. Universidad Autónoma de Barcelona.

Moreano Urigüen, H. (2005). Colombia y sus vecinos frente al conflicto armado. Ediciones ABYA- YALA.

Ojeda, R., Pérez, M., & Puerto, A. (2018). Estrategia de la Internacionalización de Marca País en Colombia: un recorrido histórico, enfoques y teorías. Revista Chakiñan, 78–94.

OMPI. (s. f.). Marcas. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. <https://www.wipo.int/trademarks/es/>

OMPI. (1957). Clasificación de Niza. OMPI. <https://www.wipo.int/classifications/nice/es/index.html>

OMPI. (1983). Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/summary_paris.html

Ontaneda Portal, M. M. C. (2017). Evaluación de la fidelización de una marca como resultado de la investigación de mercado en el vestuario de médicos y alumnos residentes en los hospitales del Perú Autor. Universidad Nacional Federuci Villarreal .

Portafolio. (10 de octubre de 2018). Este año, Colombia sube 6% en el valor de su marca país. Portafolio.

Procolombia. (s. f.). Conozca a Procolombia. Procolombia. <https://procolombia.co/nosotros/conozca-procolombia>

QRI Consulting. (s. f.). Country Brand Report América Latina. QRI Consulting. <https://www.qriconsulting.com/latin-america-country-brand-report-20172018/>

Ramos, M., & Noya, J. (2006). América Latina: del riesgo país a la Marca País y más allá. file:///C:/Users/VANESA/Downloads/America_Latina_del_riesgo_pais_a_la_Marca_Pais_y_m.pdf

Ricaurte, C., & Ángel, J. (2016). Marca País: análisis retrospectivo y retos a futuro para Colombia. Colegio de Estudios Superiores de Administración.

Salazar Angarita, D. (2006). Artesanía y diseño: construyendo una Colombia de calidad de exportación Proyecto Identidad Colombia: La Moda y Los Accesorios Hechos a Mano - MILANO MODA DONNA. Universidad de los Andes.

Superintendencia de Industria y Comercio. (s. f.). ¿Qué es una marca? SIC. <https://www.sic.gov.co/node/77>

Villa Araque, P. A. (2009). Hacia una Estrategia de Marca País: Caso Colombia es Pasión. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

Capítulo 3.

La innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en el departamento de Boyacá - Colombia entre los años 2000 y 2019

*Marcela Liseth Fernández Pedreros
Lady Fajardo Castellanos
José Ovidio Nocua Acuña
José Alberto Paredes*

Resumen

La apuesta del gobierno departamental en Boyacá, en los últimos años ha sido potencializar y promover la producción científica, tecnológica y de innovación, como eje central de la productividad, que conllevan al desarrollo económico a través de políticas, planes, programas y proyectos que buscan vincular a los diferentes actores públicos y privados, con el fin de disminuir el atraso y el rezago económico y tecnológico en el que se encuentra el departamento, y crear así un desarrollo territorial más equilibrado. El objetivo de este capítulo es analizar el avance de la innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en el departamento de Boyacá en los últimos 10 años. El método utilizado fue descriptivo analítico, a partir de fuentes secundarias de información obtenidas en fuentes de datos especializadas, informes de productividad y competitividad y planes de desarrollo, entre otros. El análisis conlleva a reflexionar que la innovación y el desarrollo tecnológico,

son elementos clave que estimulan el desarrollo económico y social de las regiones asimismo, la revolución tecnológica, es vital para proveer más y mejores servicios y productos, que promueven la generación de nuevas empresas y por consiguiente el crecimiento de la economía, que sin duda está ligado a la generación de ventajas competitivas que contribuyen a la internacionalización, con el único objetivo de aumentar la competitividad.

Palabras clave: Boyacá, competitividad, desarrollo tecnológico, Innovación.

Abstract

In recent years, the departmental government in Boyacá has been committed to promoting and strengthening scientific, technological and innovation production as the central axis of productivity, leading to economic development through policies, plans, programs and projects that seek to link the different public and private actors, in order to reduce the economic and technological backwardness and lag in which the department finds itself, and thus create a more balanced territorial development. The objective of this chapter is to analyze the progress of innovation, technological development and competitiveness in the department of Boyacá in the last 10 years. The method used was descriptive analytical, based on secondary sources of information obtained from specialized data sources, productivity and competitiveness reports and development plans, among others. The analysis leads to reflect that innovation and technological development are key elements that stimulate the economic and social development of the regions. Likewise, the technological revolution is vital to provide more and better services and products, which promote the generation of new companies and consequently the growth of the economy, which is undoubtedly linked to the generation of competitive advantages that contribute to internationalization, with the sole objective of increasing competitiveness.

Key words: Boyacá, Competitiveness, Innovation, Technological Development,

Introducción

En este capítulo se presentará una descripción de la innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad del departamento de Boyacá entre los años 2000 y 2019, buscando analizar cómo ha sido su avance y de qué manera se plantean planes, programas y proyectos encaminados al fortalecimiento de estos aspectos que conllevan al desarrollo económico del departamento y demostrar la relación estrecha que existe entre ellos, además de exponer el adelanto en desarrollo tecnológico e innovación del departamento. Se propone, una conceptualización teórica esbozando conceptos como la innovación, el desarrollo tecnológico, competitividad y desarrollo económico, luego se hablará del contexto demográfico y socioeconómico del Departamento de Boyacá, para luego detallar el adelanto en desarrollo tecnológico e innovador del mismo. Se plantea el siguiente problema ¿cómo ha sido el avance de la innovación, el desarrollo tecnológico y la competitividad en Boyacá entre los años 2000 y 2019? La metodología utilizada en este estudio es descriptiva, analítica de carácter documental sustentada en escritos que permiten realizar un análisis de datos, consistió en realizar un balance de fuentes secundarias, seguidamente, se realizó una revisión, cotejo e interpretación de la información. A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la investigación realizada.

Conceptualización teórica

La innovación y el desarrollo tecnológico

El crecimiento y desarrollo económico de una región depende en gran medida del grado de innovación y desarrollo tecnológico, articulado a políticas públicas orientadas a definir diferentes estrategias que fortalezcan estos conceptos, con miras a la creación de valor y el incremento de la productividad y competitividad.

Profundizando en estos términos, desde la visión económica neoclásica, en el siglo XIX la innovación está relacionada con la estrategia empresarial alineada con la capacidad productiva, Tirole (como se citó en López, 2010) desde la teoría organizacional industrial las empresas a través de la innovación

buscan una posición competitiva. En lo que se refiere a desarrollo económico Shumpenter (como se citó en López, 2010) afirmó que éste es impulsado por la innovación, donde la nueva tecnología sustituye la existente, lo que se conoce como “destrucción creativa”. La UNESCO (citado por Garzón y Cabrejo, 2017) también asegura, que la innovación involucra resultados de investigación básica y aplicada creando nuevas y mejores aplicaciones. Es así que la tecnología ha facilitado el acceso al conocimiento pasado y presente transformando el modo de vivir de la sociedad, la innovación por su parte está basada en la generación de ideas que incentivan otras nuevas y que con la ayuda de esa tecnología aceleran el tiempo de transformación de las mismas.

Plantea Drucker, que la innovación es “una actividad social, no solamente empresarial que conlleva una valoración moral y un proceso intelectual surgiendo de manera paralela la ética y la responsabilidad” (García y Fernández, 2019), esto se traduce en mejoras desde la dirección y la planeación estratégica de las empresas promoviendo progreso económico y armonía social que involucra un equilibrio entre las personas y los grupos de personas en medio de una diversidad cultural, encausando el conocimiento organizacional hacia el éxito de las actividades productivas día a día.

Según el manual de Oslo (OCDE y Eurostat, 2005) la innovación es definida como la:

Introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (p. 56).

Por su parte Revilla (como se citó en Zayas et al, 2015, Johnson y Lundvall (citado en Rincón, 2004) consideran que la innovación es generar o mejorar productos, procesos, o combinarlos con el propósito de crear riqueza y abrir nuevos mercados, desde otro punto de vista, el Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología – OVTT (s.f.) explica que es la “aplicación comercial de ideas” buscando proporcionar valor a las empresas, clientes y accionistas, es decir a todas las partes involucradas. La Cámara de comercio de

España (s.f.) sostiene, basado en un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística que, todas las empresas de un modo u otro realizan procesos de innovación, pero no son conscientes y no tienen control sobre ello, “tan solo un tercio de las empresas declaran ser innovadoras” esto representa una alternativa para que un buen porcentaje de empresas aumenten su competitividad.

Lo anterior conlleva a definir innovación como proceso, donde la empresa transforma e incorpora un proceso, producto o servicio con ayuda de la Investigación Desarrollo e Innovación I+D+i potenciando su capacidad innovadora, por otro lado, la innovación como actividad, derivada de procesos de investigación y desarrollo que ayuda a satisfacer demandas del mercado y anticiparse a las necesidades insatisfechas. Dicho esto, un proceso de innovación continua genera y produce conocimiento que procura dar respuesta a los problemas actuales, actuado como factor de competitividad y desarrollo regional, nacional e internacional.

Ahora bien, al hablar de desarrollo tecnológico se hace referencia a un “proceso de largo plazo” que surge en la época del Renacimiento, vinculada con la ciencia y la técnica y hacen parte de la vida humana y cotidiana de manera permanente (Ordóñez, 2007), esto mismo lo enfatiza y Briones y Tartabull (2015) lograr desarrollo implica el empleo de la ciencia y la tecnología, “materializado mediante los procesos de innovación que a diferentes niveles se ejecuten, es fundamental el establecimiento que se genere de alianzas estratégicas, sobre todo entre las universidades y el sector empresarial”, lo que se conoce como triada, aquella relación entre la universidad, empresa, estado, que articuladas promueven sinergias, sacando provecho de sus talentos y capacidades innovadoras respondiendo a las necesidades latentes del entorno.

El desarrollo tecnológico ha permitido el incremento de la globalización económica, disminuyendo las barreras arancelarias y aumentando el flujo de capitales (Jiménez, 2013), para los años 90 este proceso permitió diferenciar seis tipos de países de acuerdo a su “nivel de inserción” en la economía mundial; *desarrollados* con una “estructura productiva intensa basada en el

conocimiento e información” con un ingreso per cápita alto, *superpoderosos*, con las mismas capacidades nombradas anteriormente, pero con una característica adicional el “poder militar”, *emergentes* se caracterizan por una economía dinámica, atractivos para empresas transnacionales, le siguen los *estancados*, seguidos por *los extremadamente pobres y políticamente excluidos*, que económicamente no son atractivos para inversión y su ingreso per cápita es bajo, esto permite comprender que la innovación, la tecnología y el conocimiento son parte fundamental para el desarrollo de las naciones a través del fortalecimiento de sus capacidades productivas (Jiménez, 2013).

Lo dicho anteriormente se reafirma con las declaraciones del representante del CAF Banco de Desarrollo de América Latina, José Antonio García Belaunde (2019), “que la innovación y el desarrollo tecnológico son un ancla fundamental para elevar los niveles de productividad y competitividad, el reto principal de América Latina”.

Otro aspecto importante a tratar, está relacionado con la protección de los productos, procesos o servicios generados de la innovación y el desarrollo tecnológico, en primera instancia, se va a definir qué es la propiedad intelectual que, esta “relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio” (OMPI, s.f), la cual se divide en propiedad industrial y derechos de autor, la primera, corresponde a patentes de invención, modelos de utilidad, marcas, diseños industriales, signos distintivos, la segunda, comprende obras literarias, películas, música, dibujos, pinturas, derechos conexos, entre otros.

El derecho a la propiedad intelectual permite al creador o titular de la obra o invención obtener beneficios derivados de las mismas, a que se le protejan sus derechos morales y patrimoniales (ONU, 1948). Los pioneros en la innovación deben ser conscientes de la importancia de la protección que permite la comercialización a nivel nacional e internacional masificando la generación de valor, logrando la introduciendo a mercados especializados y mantener un recurso humano involucrado de manera directa con la generación de conocimiento.

Competitividad y desarrollo económico

La competitividad de un país está determinada por el conjunto de instituciones, acciones, políticas y demás factores que establecen su productividad, por tal razón ésta representa el motor de desarrollo y crecimiento orientado al mejoramiento de las condiciones de vida y la prosperidad de las comunidades, la competitividad no depende solo de sus instituciones requiere de la articulación y el trabajo mancomunado de todos los sectores del país y la sociedad (World Economic Forum, 2016).

A continuación, se expone el concepto estructurado por Ferraz, Kupfer y Haguenuer como se citó en (Medeiros et al., 2019) precisan la competitividad “como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible”, capacidades utilizadas de manera eficiente y eficaz como son los insumos, el talento humano, la gestión administrativa entre otros, la Unión Europea (como se citó en Medeiros et al., 2019) por su parte, afirma que “la competitividad, a nivel regional y nacional, es la capacidad de un determinado país o región de generar mayores tasas de crecimiento y empleo de manera sostenible”, procurando la mejora de la calidad de vida de las personas, dando uso adecuado a los recursos y proponiendo políticas públicas ajustadas a la realidad de las comunidades.

Además, Schumpeter citado en (Benzaquen et al., 2010) estableció la relación del emprendedor como factor de competitividad, y la búsqueda del progreso que suscita la innovación y el desarrollo tecnológico, además, Sloan y Drucker como se citó en (Benzaquen et al., 2010) desarrollaron “el concepto de administración como factor principal para la competitividad” este concepto permite tener clara la visión de la empresa, la posibilidad de tomar decisiones en el momento oportuno, darle uso adecuado a los recursos y planificar de manera consciente el quehacer empresarial.

De la misma manera Michael Porter habla de competitividad (como se citó en Suñol, 2006), como la “capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el

aumento de la productividad” (p. 181), este concepto está relacionado de manera directa con el nivel de vida de las comunidades, porque influye en el valor del salario pagado, en las ganancias y la distribución de las mismas, la calidad del medio ambiente, inclusive en la gobernabilidad y en la aplicabilidad de los derechos de los seres humanos, y desde el nivel empresarial, su capacidad competitiva se ve intervenida por la calidad en la infraestructura, los mercados financieros, la sofisticación de mercados, el potencial inversionista, el soporte investigativo y tecnológico, una estructura firme en educación, cultura y estabilidad de sus instituciones.

En consecuencia, Porter propone el concepto de ventaja competitiva como el “valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores” (Díaz, 2009), basado en estrategias de costos o diferenciación o concentración, ofreciendo a sus clientes productos de excelente calidad, y en mejores condiciones de precios de los ofrecidos por la competencia.

Y desde la nación la ventaja competitiva radica en su tecnología y no en la acumulación de sus factores de producción, esto lo explica a través del análisis del comportamiento competitivo aplicado en cien segmentos industriales teniendo en cuenta ciertas características entre ellas (Porter, 1990); “la prosperidad nacional se crea, no se hereda”, de igual forma, esa competitividad surge de la capacidad innovadora de la industria y de las empresas, presionados por rivales nacionales e internacionales, sus mismos proveedores y las exigencias de sus clientes.

Esto lo llevo a plantear el llamado Diamante de Porter (García y Marinzalda, 2014), donde se describen los factores que hacen competitiva a una nación y le “permite lograr su éxito empresarial”, allí determino 4 factores que se articulan y relacionan afectando positiva o negativamente el desarrollo empresarial y el incremento de su competitividad (figura 1):

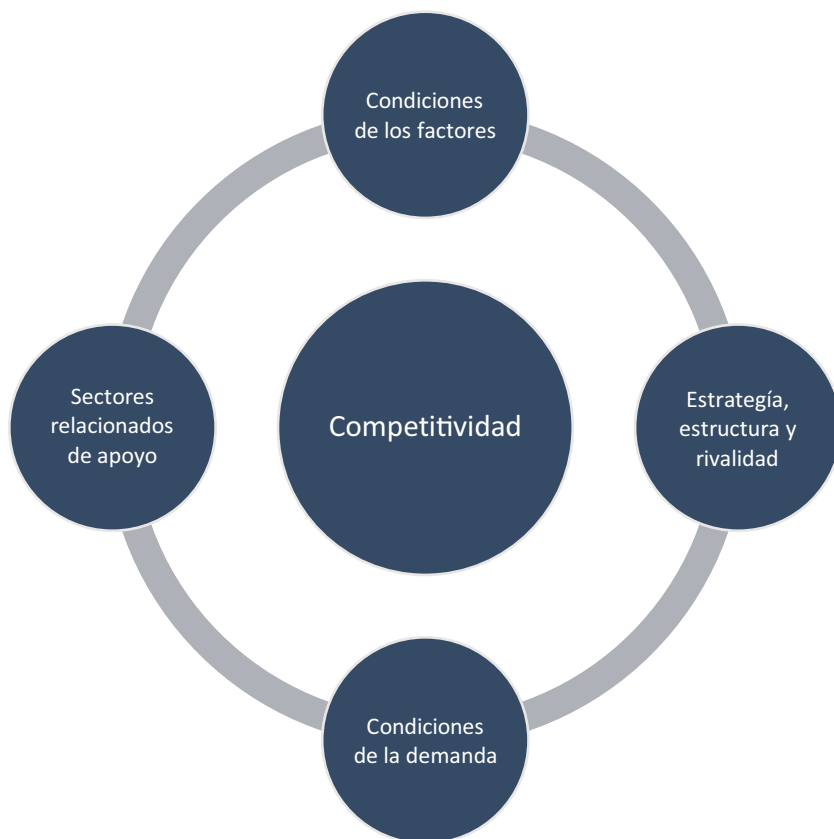


Figura 1. Diamante de Porter. Nota: adaptada de (García y Marinzalda, 2014)

Como respuesta a lo anterior, Porter estableció las Cinco fuerzas, donde involucra los nuevos integrantes del mercado, el poder de negociación de los proveedores, y compradores, amenaza de sustitutos y, por último, la rivalidad entre competidores existentes, para enfrentar estas fuerzas del mercado, es importante establecer estrategias ofensivas o defensivas que utilizadas de manera adecuada permitirán el logro de rentabilidad y liquidez y por ende anticiparse a la competencia (López et al., 2018).

Es así como una nación, una región, un departamento se hacen fuertes si sus empresas desarrollan y actualizan sus capacidades productivas incorporando

la innovación, el desarrollo tecnológico, el conocimiento y la investigación a sus procesos productivos y gerenciales.

Todo lo anterior desencadena en un concepto importante, como es el desarrollo económico, pero, ¿qué es el desarrollo?, según lo mencionado por Valcárcel (2006) es un concepto “heredado de la noción occidental de progreso” durante el periodo de la ilustración, antecedido por “términos de evolución riqueza y crecimiento” (Valcárcel, 2006), en palabras de Castillo (2011) representa “cambios en la vida económica que no solo son forzados desde afuera, sino que surgen desde dentro, de su propia iniciativa”, representa un crecimiento, aumento, desenvolvimiento, o evolución de acontecimientos relacionados con lo económico, pensado en la mejora de la calidad de vida de las comunidades.

Ahora bien, el desarrollo económico “se conoce como proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad” (Castillo, 2011), en palabras de Schumpeter como se citó en (Castillo, 2011) “es un proceso nuevo de producción” que combina factores como la tierra, el trabajo y el capital que requieren un financiamiento, en procura de nuevo productos con mayor calidad, métodos nuevos de producción, apertura de nuevos mercados, una oferta amplia de materias primas acompañado de nuevos estilos de organización empresarial, apoyado y soportado por mejoras tecnológicas, transformaciones estructurales desde lo social, cultural, ambiental, conllevando a una mejor distribución de la riqueza.

Contexto Demográfico y Socioeconómico del Departamento de Boyacá

Generalidades del departamento de Boyacá

El departamento de Boyacá está incrustado en la Región Andina, sobre la cordillera de los Andes, “limita por el norte con los departamentos de Santander, Norte de Santander y la República de Venezuela, por el oriente con Arauca y Casanare, por el sur con Meta y Cundinamarca y por el occidente con Antioquía y Caldas”, formado por 123 municipios distribuidos en 13 provincias como se observa en la figura 2, (Cámara de Comercio, 2019), a 2019

según el DANE se contaba con 1.282.063 habitantes (Cámara de Comercio, 2020), departamento estratégicamente ubicado “es ruta de interconexión entre los llanos orientales y el centro del país” (Cámara de Comercio, 2019), “consolidada como la despensa de alimentos a nivel nacional”, “coloca el 20% del abastecimiento” (López, 2020).

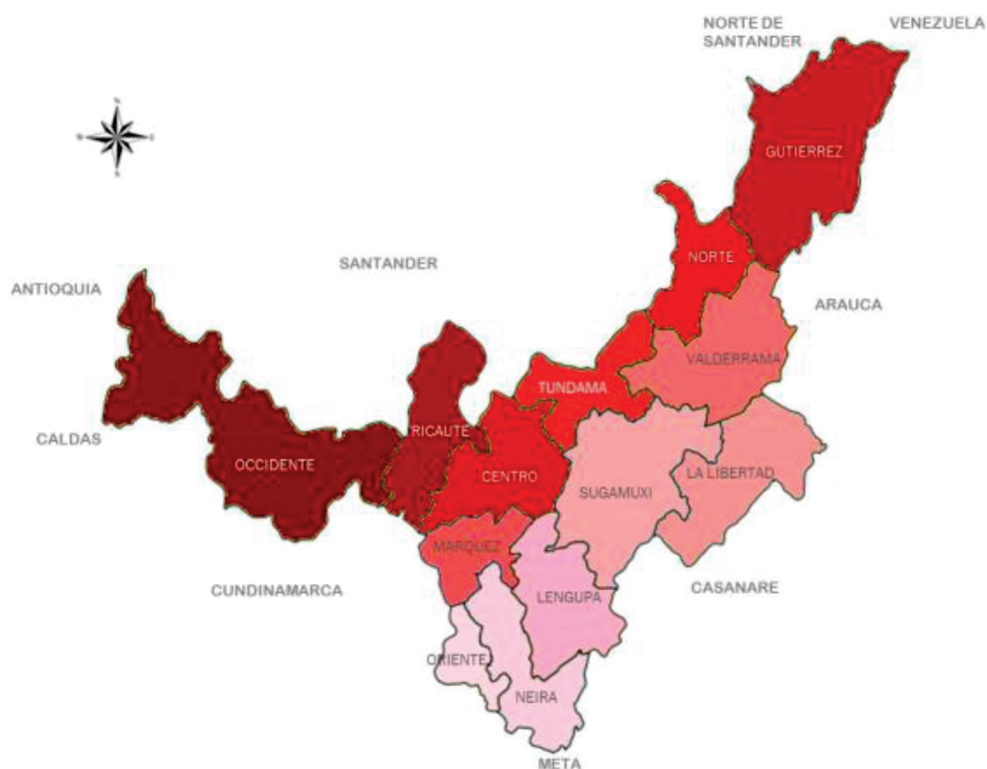


Figura 2. División Provincial Departamento de Boyacá.

Nota: adaptada de (Cámara de Comercio, 2019)

Se caracteriza por poseer un relieve representado en valles y montañas fértiles y de gran belleza, su hidrografía está compuesta por ríos, quebradas y numerosas lagunas, y en lo que respecta a clima, se ve afectado por lluvias, vientos Alisios del Sureste, está conformado por todos los pisos térmicos que le permite disfrutar de variada vegetación, y facilita la producción agrícola, es un departamento propicio para realizar turismo en todas sus modalidades, en resumen la variedad climática y de suelos existentes le ofrecen al territorio variedad de posibilidades para su desarrollo económico, social y cultural (Gobernación de Boyacá, 2012).

Perfil Económico y Competitivo del Departamento

Al hablar de perfil económico y competitivo hace referencia a conocer o identificar esas fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas que afectan o favorecen el entorno del mercado y permiten conocer a su vez la situación actual que conlleve a plantear estrategias de crecimiento y desarrollo.

La economía boyacense se fundamenta en la producción agrícola, ganadera, explotación de minerales, la industria siderúrgica, el comercio y el turismo, de acuerdo al informe de Boyacá en Cifras emitido por la Cámara de comercio (2019), una de las variables macroeconómicas más importantes para medir el desarrollo de una economía es el Producto Interno Bruto PIB, para el caso de Boyacá, desde el año 2014 a 2018 el porcentaje de participación en la media nacional ha oscilado entre el 2,7% y el 2,8%, en el PIB regional participa en un 13,3%, para el año 2014 fue del 13% y para el año 2018 creció a un 13,5% (Cámara de Comercio, 2020).

El valor agregado según la actividad económica entre los años 2014-2018, lo aporta en primer lugar, “el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida”, en segundo lugar, “Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; educación; actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales”, y el tercer y cuarto lugar la industria manufacturera y la construcción respectivamente.

En lo que respecta al mercado laboral, el departamento de Boyacá en 2019 ocupó el 7 lugar con la menor tasa de desempleo, 8,6%, esto representa un 1,9% por debajo de la media nacional, posee una tasa de desocupación del 51% a 2018, otro aspecto importante está relacionado con el porcentaje de personas en condiciones de pobreza que alcanzo un 16,6% en el mismo año, la tendencia desde el año 2012 ha sido decreciente en este aspecto (Cámara de Comercio, 2020).

Competitividad en Boyacá

El concepto de competitividad tiene sus orígenes desde el Siglo XVII con el desarrollo de las teorías de comercio. Pero es con Michael Porter en 1991 en su libro *La Ventaja Competitiva de las Naciones*, donde se establece que es urgente “contar con modelos dinámicos que permitan concebir las ventajas competitivas en las naciones” (Benzquen et al., 2010), estos aspectos dinámicos incentivan a la sana competencia en la búsqueda de esos diferenciadores que posicionan y hacen que los clientes las prefieran frente a la competencia, al facilitar dicha competencia es factor determinante para que una nación busque su desarrollo.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la define (como se citó por (Sánchez, s.f.) como la "capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela de la calidad de vida de la sociedad". De la misma manera, Porter (1989) relaciona la competitividad con las ventajas competitivas en una nación, es decir, las capacidades de transformación de bienes y servicios para obtener la máxima utilidad que posee un país, la región o la industria (Sánchez, s.f.), en consecuencia, el desarrollo de capacidades es considerado como motor del desarrollo humano porque permite proponer e implementación estrategias que mitiguen el impacto de crisis económicas, sociales, políticas y hasta ambientales, mejorando sus condiciones de respuesta con una visión mayor de alcance.

Por su parte en Colombia, se tienen acercamientos con el concepto de competitividad desde 1992, plasmado en leyes, decretos, acuerdos y

documentos Conpes, por ejemplo en el Conpes 3439 se define “como el grado en el que un país puede producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en mercados globalizados y a la vez mejorar las condiciones de ingreso y calidad de vida de su población” (Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, 2006) o como se definió en el Política Nacional de Competitividad y Productividad (Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, 2010) “la competitividad se entiende como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento”, en este contexto los territorios deben estar dispuestos a enfrentar nuevos desafíos transformando sus sistemas productivos, desarrollando e implementando nuevas tecnologías y promoviendo una cultura pensada en el desarrollo.

La competitividad además de necesitar de políticas de desarrollo productivo, del fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa, requiere del fomento de una cultura de emprendimiento e innovación, este último determinante crítico de la productividad “La innovación es una condición necesaria para generar nuevos espacios de competitividad” y afín con las ventajas competitivas, Schumpeter la consideraba como “el verdadero motor del desarrollo, capaz de generar y sostener en el tiempo ciclos prolongados de crecimiento” (Barcena, 2009), asimismo, Porter (como se citó por Benzquen et al, (2010) sostiene que “la competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar”, es pensar en un territorio innovador donde debe prevalecer la adaptación a nuevos escenarios tecnológicos que faciliten de manera dinámica la competitividad y donde se permeen las relaciones entre los agentes públicos y privados, recursos e infraestructura

Según el informe Nacional de Competitividad 2018-2019, “Colombia ocupa el puesto 57 entre 141 países en 2019” (Consejo Privado de Competitividad, 2020), por su parte, en el Anuario de Competitividad Mundial del Institute for Management Development, que permite confrontar a Colombia con las economías más desarrolladas en el mundo “(se compara con las 63 economías con mayor nivel de desarrollo), mejoro en 6 posiciones

ubicándose en el puesto 52 en 2019” (Consejo Privado de Competitividad, 2020), y en lo que respecta al escalafón Doing Business del Banco Mundial, “se ubicó en el puesto 65 entre 190 economías” (Banco Mundial, 2018).

Pero ¿qué ha pasado en Boyacá en los últimos años en lo que respecta a competitividad?, se observa lo siguiente; según el Departamento Nacional de Planeación, datos del censo 2005 en Boyacá, el Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) demostraba que de población el 54,9 % eran pobres, el 33,8 % estaban ubicados en la zona urbana, y el 77,9% en el área rural, la variable más representativa es el empleo informal con un 91,1 %, y esto lo confirma el DANE. Entre los años 2007 y 2011 más del 50% se encontraban en la informalidad laboral, otra cifra importante a revisar es el porcentaje de Necesidades Básicas Insatisfechas que no fue nada alentador, alcanzo el 30,8 % superior a la media nacional del 27,8 %, a pesar que en los últimos años ha bajado el porcentaje de pobreza extrema, como lo demuestran las cifras en 2015 donde se ubicó en 12,6 %, sigue siendo aún muy superior a la cifra nacional del 7,9% empresarial (Reina & Rubio, 2016).

Para el año 2018, el 16,6 % de las personas en Boyacá presentaron condiciones de pobreza, disminuyendo este indicador en un 12,1 % con respecto al año 2017 (Cámara de Comercio, 2019), ocupando el puesto 25 de 34, la pobreza se sitúa en centros rurales, reflejada en escaso acceso a servicios públicos e infraestructura, considerándose así que la mejor calidad de vida de encuentra en las zonas urbanas, el 39% de la población posee un limitado acceso monetario y a medios y servicios, cifra muy inferior a la registrada en 2015 (Boyacá 7 días, 2019).

Ahora bien, en lo que respecta al Índice de Competitividad Departamental años 2017 y 2018 el departamento de Boyacá se ubica entre los diez primeros lugares con mejor desempeño, para esta medición se tuvieron en cuenta tres factores de medición: i. condiciones básicas, ii. Eficiencia y iii. Sofisticación e innovación; en la tabla 1 se evidencian los puntajes y posiciones alcanzados, es importante decir que es un departamento que se ubica entre los diez con mejor desempeño:

Tabla. 1. Resultados del Índice de Competitividad en Boyacá años 2017-2018

Año	IDC		Condiciones Básicas		Eficiencia		Sofisticación e innovación	
	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición
2017	5,35	9	6,01	4	5,5	6	3,99	11
2018	5,36	9	6,03	5	5,75	6	3,36	12

Fuente: Informes de Índices de Competitividad 2017–2018

Nota: adaptada de (Competitivas Plataforma de Competitividad, 2018) y (Consejo Privado de Competitividad, 2018)

El departamento se ha destacado en el indicador de condiciones básicas, seguido por el indicador de eficiencia ocupando el 4 y 5 puesto en el primer indicador y en el segundo, ocupa el lugar número 6 en los años 2017 y 2018, pero en lo que se refiere al indicador de sofisticación e innovación no han sido nada alentadoras las cifras, el departamento permanece en las posiciones 11 y 12 en los mismos años, el resultado más bajo lo obtuvo en el pilar de innovación y dinámica empresarial con un puntaje de 2,32 y 1,86 puestos 13 y 14, así como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Resultados del Índice de Competitividad Departamental en Sofisticación e Innovación, 2017-2018

Indicador- factor IDC	2017		2018	
	Puntaje	Posición	Puntaje	Posición
Sofisticación e Innovación	3,99	11	3,36	12
Sofisticación y diversificación	5,66	12	4,85	12
Innovación y dinámica empresarial	2,32	13	1,86	14

Fuente: Informes de Índices de Competitividad 2017 – 2018

Nota: adaptada de (Competitivas Plataforma de Competitividad, 2018) y (Consejo Privado de Competitividad, 2018)

Para el año 2019 se implementa una nueva metodología para determinar el Índice de Competitividad IDC, por tal motivo se modifican los factores de medición; como se relacionan a continuación: (1) condiciones habilitantes, (2) capital humano, (3) eficiencia de los mercados y (4) ecosistema innovador, Boyacá sigue dentro de los 10 primeros lugares en el IDC departamental tabla 3, y se destaca en los factores de condiciones habilitantes, seguido de capital humano, y eficiencia en los mercados, en lo que hace referencia a ecosistema innovador si comparamos el puntaje con los dos años anteriores permite evidenciar una mejora sustancial.

Tabla 3. Resultados del Índice de Competitividad en Boyacá año 2019

Año	IDC		Condiciones habilitantes	Capital humano	Eficiencia de los mercados	Ecosistema innovador
2019	Puntaje	Posición	Puntaje	Puntaje	Puntaje	Puntaje
	5,45	10	5,1	6,5	5,4	4,4

Fuente: Informes de Índices de Competitividad 2019 (Consejo Privado de Competitividad, 2020).

Observando estas cifras, es importante centrar la mirada en el indicador de ecosistema innovador en Boyacá porque representa un desafío importante para el desarrollo y crecimiento del departamento (Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario, 2018), así como se plasmó en el Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTel) – Boyacá 2022 (Minciencias, 2012), que promueve la implementación de procesos y actividades con un alto componente de Ctel, mecanismos esenciales para impulsar la transformación productiva a través de la innovación y el desarrollo tecnológico en cada una de las cadenas productivas del departamento con el acompañamiento y la promoción de la universidad, empresa y estado procurando el fortalecimiento empresarial, y fomentando la producción y registro de la propiedad industrial, orientado al mejoramiento de calidad de vida de las comunidades sin perder el horizonte de sustentabilidad y sostenibilidad.

PERSPECTIVAS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL ...

De la misma manera, para el año 2018 se propone el plan regional de competitividad para Boyacá, de este documento es importante rescatar el análisis realizado bajo el Diamante de Porter figura 3, donde se identificaron los factores tanto positivos como negativos para lograr el incremento de la competitividad y desarrollo empresarial. Estos factores identificados representan el potencial para el desarrollo de la competitividad y productividad del departamento, las condiciones del mercado exigen que los aspectos negativos sean convertidos en fortalezas y oportunidades para el departamento, entre ellos el contexto pobre en innovación, vínculos entre la empresa, universidad y el estado, interacción entre asociaciones, agremiaciones con las empresas existentes, poca apertura de empresas y la baja disponibilidad del talento humano especializado.



Figura 3. Diagrama de la competitividad de Boyacá.

Nota: adaptada de (Gobernación de Boyacá, 2018).

Lo dicho anteriormente deja una reflexión, el departamento debe enfocar sus esfuerzos a promover e implementar procesos y actividades vinculando procesos de ciencia, tecnología e innovación, impulsando la articulación de la universidad, empresa y estado, con miras a impactar las cadenas productivas a través del fortalecimiento empresarial, promoviendo la cultura del reconocimiento y registro de todo lo relacionado con la propiedad industrial en procura de una sostenibilidad y sustentabilidad productiva y alcanzando estándares de calidad exigidos por el mercado internacional.

Desarrollo tecnológico e innovación en Boyacá

En la actualidad las economías desarrolladas dan gran importancia a la propiedad intelectual, a la generación de conocimiento, y a la gestión de las mismas y como lo manifiesta Paul Romer premio Nobel de economía en su Teoría del nuevo crecimiento: “¿Qué sostiene el desarrollo económico de un mundo físico caracterizado por la disminución de los recursos y la escasez?, la respuesta: Es la manera como las sociedades tratan los avances en tecnología” (Hernández, s.f.), debido a que de allí surgen las nuevas creaciones del intelecto humano que benefician el crecimiento económico, científico y cultural de las regiones.

Por consiguiente, el presente y el futuro de las regiones depende de la construcción y planteamiento de políticas y estrategias que les permita enfrentar la transformación tecnológica, la incursión en la llamada sociedad del conocimiento, y la generación de innovación, todos ellos motores que impulsan la competitividad y la productividad, generando productos y servicios con mayor valor agregado.

Con el fin de fortalecer el desarrollo productivo del departamento de Boyacá la Gobernación, el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación- Colciencias y el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología construyeron el Plan Estratégico Departamental de Ciencia Tecnología e Innovación- PEDCTI (Minciencias, 2012), donde se propuso la formación de capital humano, la consolidación de un capital de conocimiento en I+D+i, fortalecimiento de la institucionalidad y la construcción de redes para promover la innovación, bajo un modelo de gestión sustentable a desarrollar entre los años 2012 y 2022.

De igual modo en el año 2014, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología emite un boletín donde se evidencia una “batería de indicadores” concentradas en nueve categorías, base fundamental para el diseño de estrategias de mejoramiento en competitividad y productividad (Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología y UPTC, 2015).

En consecuencia, es de vital importancia conocer los adelantos en innovación y tecnología del departamento de Boyacá en materia de propiedad industrial, un antes y un después de estos planes y propuestas para mejorar la competitividad del departamento, por tal razón se buscó la articulación con el Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación (CATI Boyacá) adscrita a la Superintendencia de Industria y Comercio, con el objetivo de recopilar las cifras que evidenciaran el comportamiento de registro en productos de propiedad industrial en el departamento entre los años 2000 y 2019, con esta información se realizó una comparación entre las cifras país y el departamento.

A continuación, la tabla 4 muestra el informe estadístico de propiedad industrial del Departamento de Boyacá vs Colombia entre el periodo 2000-2019.

Tabla No. 4. Informe Estadístico Propiedad Industrial Departamento de Boyacá 2000-2019

Producto	Total Colombia	Total Boyacá	%
Patentes de Invención Presentadas	4.473	46	1,02
Patentes de Invención Concedidas	1.495	14	0,93
Patentes de Modelos de Utilidad Presentadas	3.710	36	0,97
Patentes de Modelos de Utilidad Concedidas	1.336	11	0,82
Diseños Industriales Presentados	3.746	18	0,48
Diseños Industriales Concedidos	2.691	12	0,44
Marcas y Otros Signos Distintivos Presentadas	33.1059	1.241	0,37
Marcas y Otros Signos Distintivos Concedidos	255.950	789	0,30

Fuente: Elaboración propia. Superintendencia de Industria y Comercio, (s.f.).

En lo que corresponde a patentes de invención se presentaron 4.473 solicitudes en Colombia entre los años 2000 y 2020, los años con mayor número de solicitudes 2016 y 2017, Boyacá presentó 46 de ellas, concedidas en el mismo periodo en Colombia 1.495, y al departamento le concedieron 14 patentes de invención, los municipios a los cuales se les concedieron estos registros en su orden fueron Tunja, Duitama, Sogamoso, Cómbita, Floresta y Tópaga, destacándose los sectores de Química, Ingeniería Mecánica, y otros. Las cifras son poco alentadoras frente a los departamentos que ostentan los 3 primeros lugares Bogotá (690), Antioquía (295) y Valle del Cauca (118) (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.).

Por otra parte, se encuentran los modelos de utilidad, Colombia presentó 3.710 solicitudes, y le fueron concedidas 1.336, Boyacá presentó 36, de las cuales le fueron concedidas 11 de ellas, en los municipios de Tunja, Duitama, Sogamoso, Nobsa y Villa de Leiva, en los tres primeros lugares se ubican nuevamente Bogotá y Antioquia y Valle del Cauca, en este tipo de productos se presenta una tendencia de crecimiento de solicitudes de manera permanente, pero sobresalen los años 2006, 2012 y 2016 (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.).

Siguen en su orden diseños industriales, marcas y signos distintivos, en lo que corresponde a diseños industriales, en Colombia se presentaron 3.476 y concedidas 2.691, en Boyacá se solicitaron 18 en las ciudades de Duitama, Tunja, Chiquinquirá y Sogamoso, de los cuales 12 le fueron concedidos. En Marcas y signos distintivos Colombia presentó un total de 331.059, Boyacá un total de 1241, concedidas 255.950 y 789 respectivamente (figura 4).

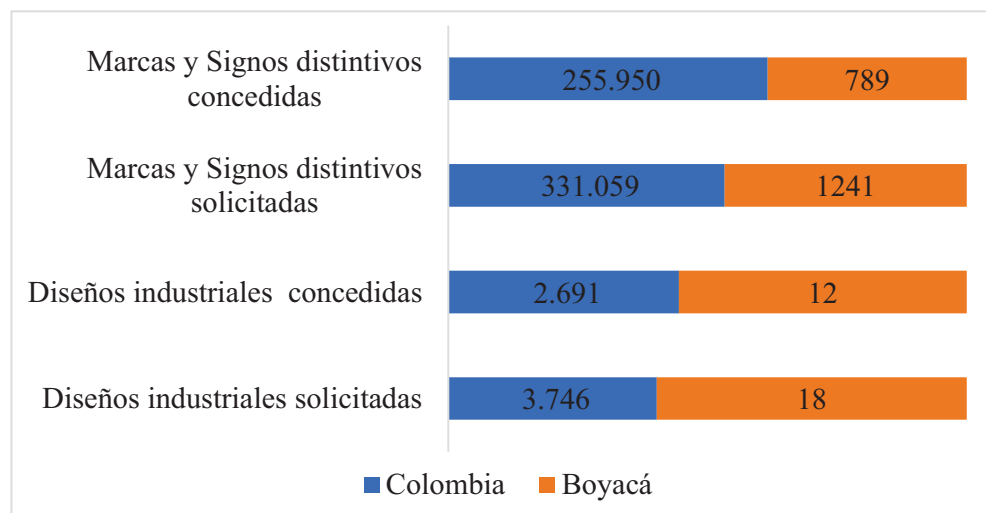


Figura 4. Marcas y signos distintivos y diseños industriales datos de solicitudes vs concedidas entre el año 2000- 2019.

Fuente: Elaboración propia. Nota: adaptada de (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.).

En lo corrido del año 2020 se han presentado en el departamento de Boyacá 3 solicitudes de patentes de invención, 1 patente modelo de utilidad, 8 diseños industriales y 158 marcas.

En los últimos años Tunja capital del departamento de Boyacá, se ha consolidado como ciudad universitaria, con la creación y el posicionamiento de instituciones de educación superior como la Universidad de Boyacá, Universidad Antonio Nariño, Escuela Superior de Administración Pública, Cread Universidad Javeriana, Universidad Santo Tomás, Fundación Universitaria Juan de Castellanos, cada una de ellas con oferta en diferentes programas en modalidad a Distancia en varios municipios del departamento.

Estas instituciones están llamadas a fomentar la creatividad y la innovación dentro de sus procesos de alta calidad, fortaleciendo la investigación científica y el impacto social, por eso es tan importante conocer como ha sido su participación en el desarrollo de la propiedad industrial.

Durante el periodo comprendido entre el año 2000 y 2019, las universidades en Colombia han presentado 1073 solicitudes de patentes de invención, y 469 concedidas, las universidades que se destacan en los diez primeros lugares son; Universidad Nacional de Colombia, Universidad Distrital de Santander, Universidad de Antioquía, Universidad EAFIT, Universidad del Valle, Universidad Militar Nueva Granada, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad de la Sabana, Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad de los Andes (Figura 5), los sectores tecnológicos predominantes Química, Ingeniería Mecánica e instrumentos. En el puesto 27 se encuentra la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC con 4 patentes de invención concedidas (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.).

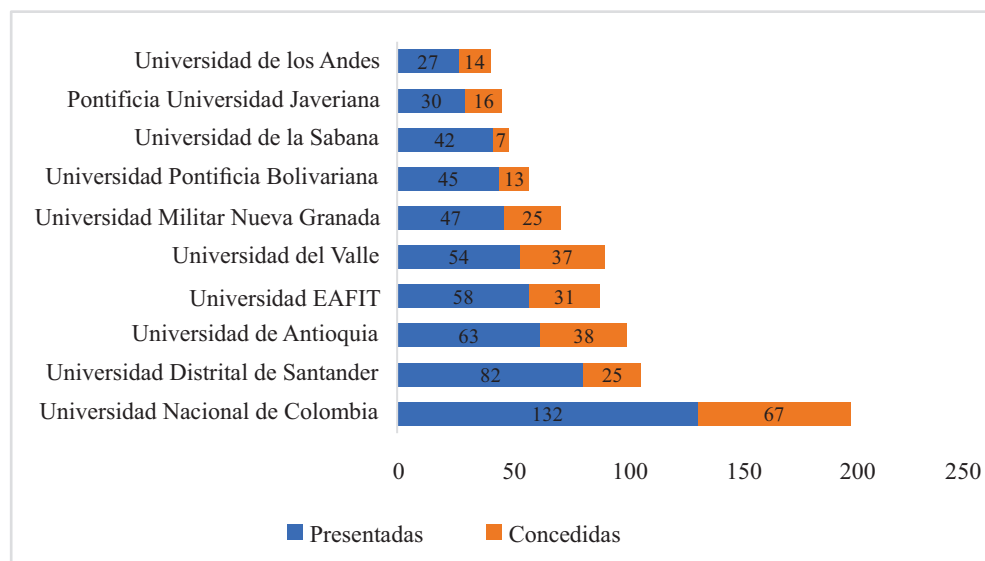


Figura 5. Top 10 Universidades Nacionales con mayor número de patentes de invención solicitadas y concedidas.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: adaptada de (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

En modelos de utilidad se solicitaron 155, concedidas 92 cifras que se pueden observar en la figura 6, al departamento de Boyacá hace presencia con 2 solicitudes realizadas y concedidas por la UPTC, sectores tecnológicos que repuntan en esta categoría instrumentos, Ingeniería Mecánica, seguido de Química y Electrónica (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.), las cifras lo demuestran, que las Universidades en Boyacá necesitan aumentar su compromiso con la generación, transmisión e impacto social del conocimiento en y para la región a través del aumento de la producción de productos de alto impacto e innovadores.

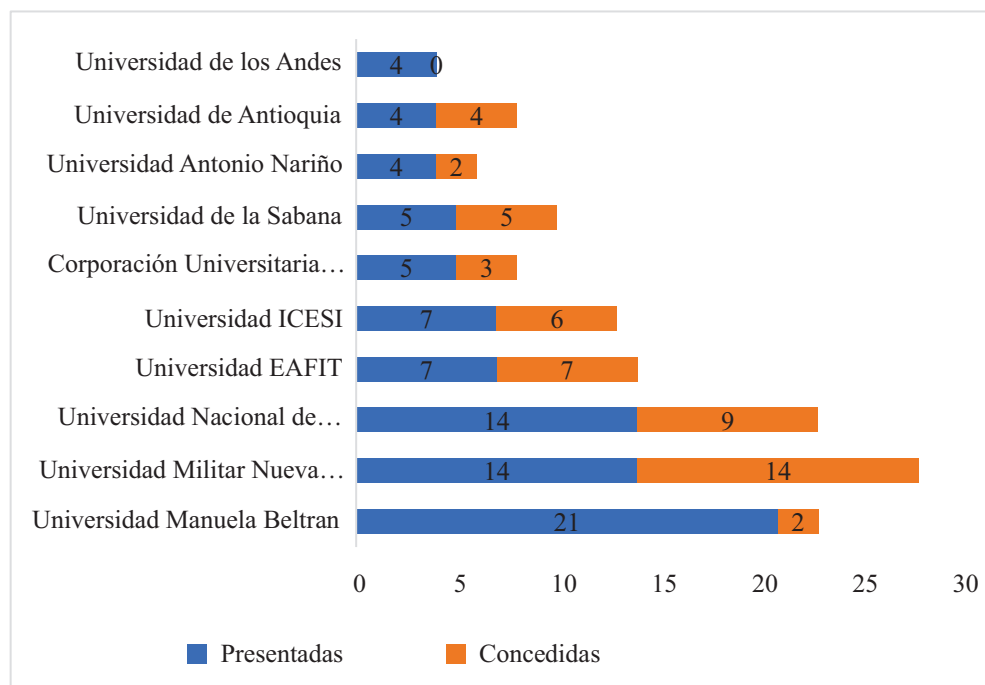


Figura 6. Top 10 Universidades Nacionales con mayor número de modelos de utilidad solicitadas y concedidas.

Fuente: Elaboración propia.

Nota: adaptada de (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.)

Para terminar, es importante decir que en el marco del desarrollo económico sostenible del departamento de Boyacá, se debe tener en cuenta que la generación de conocimiento, innovación y crecimiento están ligados directamente al aprovechamiento de la propiedad industrial que fomenta la competitividad, la productividad, la inversión y el comercio nacional e internacional, y si además está diseñado y se utiliza de forma adecuada, también puede contribuir a la creatividad cultural, a la formación de profesionales, a impulsar la innovación tecnológica destinada a mejorar la salud y la nutrición, los índices de pobreza extrema, la protección del medio ambiente, y a cosechar otros beneficios sociales, procurando una armonía, desde lo económico, social y ambiental con sistemas de valor consolidados y diferenciados por la excelencia en la satisfacción de las necesidades del cliente regional, nacional e internacional.

Conclusiones

La innovación y el desarrollo tecnológico, son elementos clave que estimulan el desarrollo económico y social de las regiones. La revolución tecnológica, desde lo digital ha transformado la forma de proveer servicios y nuevos productos, generando una interacción con el público en general, asimismo, promueve la generación de nuevas empresas y por consiguiente el crecimiento de la economía, que sin duda está ligado a la generación de ventajas competitivas que contribuyen a la internacionalización, con el único objetivo de aumentar la competitividad y la productividad.

El departamento de Boyacá hace parte de la Región Andina ubicado sobre la cordillera de los Andes, constituido por 123 municipios distribuidos en 13 provincias, es reconocido por su cultura, diversidad agrícola y ganadería, producción minera, territorio que se destaca por sus diferentes climas y relieves que lo convierten en un destino turístico para propios y turistas. Aun así es un departamento de contrastes, porque a pesar de sus potencialidades y bondades, sigue mantenido un índice de pobreza del 39%, quizás mucho inferior al presentando en 2015 que superaba el 54%, pero esto es un detonante importante a la hora de pensar en potencializar las ventajas competitivas del departamento y poner en marcha las políticas, planes, programas y proyectos propuestos por las entidades públicas como la Gobernación de Boyacá, el Consejo Privado de Competitividad, el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, entre otros, todas pensadas y enfocadas en dinamizar la economía del departamento por medio de la innovación, el desarrollo tecnológico, la formación del recurso humano, la gestión del conocimiento y su reconocimiento y protección a través de la propiedad intelectual.

Este análisis resalta un deficiente desempeño del departamento en lo que respecta a propiedad intelectual, en particular en la generación de productos de propiedad industrial, es decir el número de patentes o diseños industriales solicitadas y concedidas, es deficiente y nada alentador para la economía y el desarrollo productivo, esto demuestra que se necesita con urgencia el fortalecimiento del sistema de ciencia, tecnología e innovación y que la

asignación de recursos destinados a investigación se convierta en una prioridad para el gobierno departamental y nacional.

Las universidades existentes en el departamento de Boyacá necesitan fortalecer las actividades de investigación y desarrollo tecnológico involucrando entidades independientes de investigación y al sector empresarial y productivo convirtiendo al sistema universitario en un acelerador de capacidades tecnológicas e innovadoras que permita superar el atraso productivo y tecnológico en el que se encuentra.

Referencias

Banco Mundial. (2018). Informe Doing Business 2019 del Banco Mundial: Colombia tercer país de la región con mayor facilidad para hacer negocios. MinComercio. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/informe-doing-business-2019-del-banco-mundial-colo>

Bárcena, A. (2009). Palabras de la secretaria ejecutiva de la Cepal Foro de Competitividad de las Américas III. <https://www.cepal.org/sites/default/files/speech/files/37253-Versionfinal-Competitividad-foro28desepre1abi.pdf>

Benzaquen, J., del Carpio, L. A., Zegarra, L. A., & Valdivia, C. A. (2010). Un Índice Regional de Competitividad para un país. *Revista Cepal* 102, 69–86.

Boyacá 7 Días. (17 de octubre de 2019). 39% de boyacenses está en la pobreza.

Briones Kusactay, V. H., & Tartabull Contreras, Y (2015). El desarrollo tecnológico, la sostenibilidad, la gestión del conocimiento y el desarrollo social. *Universidad y Sociedad*, 117–121.

Cámara de Comercio. (2019). Boyacá en Cifras 2019. https://ccduitama.org.co/documentos/Observatorio/Boyaca_Cifras_2019-comprimido.pdf

Cámara de Comercio. (2020). Boyacá en Cifras 2020. <https://cctunja.org.co/wp-content/uploads/2021/07/Boyaca-en-Cifras-2019-2020.pdf>

Cámara de Comercio de España. (s. f.). El Proceso de Innovación. Cámara de Comercio de España. Recuperado 1 de agosto de 2020, de <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/proceso>

Castillo Marín, P. (2011). Política Económica: crecimiento económica, desarrollo económico, desarrollo sostenible. *Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho*, 1–12.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2006). Conpes 3439 Institucionalidad y principios rectores de la política para la competitividad y la productividad. Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y la Productividad Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2010). Conpes 3668 Informe de Seguimiento a la Política Nacional de Competitividad y Productividad Ley 1253 de 2008. Consejo Nacional de Política Económica y Social.

Consejo Privado de Competitividad. (2018). Índice Departamental de Competitividad.

Consejo Privado de Competitividad. (2020). Informe Nacional de Competitividad 2019-2020.

Consejo Privado de Competitividad y Universidad del Rosario. (2017). Boyacá es la novena región más competitiva del país, según el Índice Departamental de Competitividad 2017.

Consejo Privado de Competitividad. (2018). Informe Nacional de Competitividad 2017-2018.

Díaz Fernández, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y Desarrollo*, 101–114.

García Belaunde, J. A. (2019). La innovación y el desarrollo tecnológico, piezas clave para elevar la productividad y competitividad de América Latina. Banco de Desarrollo de América Latina. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2019/11/la-innovacion-y-el-desarrollo-tecnologico-piezas-clave-para-elevar-la-productividad-y-competitividad-de-america-latina/>

García, L. A., & Marinzalda, M. I. (2014). El Diamante de Porter Aplicado al Destino Turístico, San Juan. Dos Puntas, 165–182.

García Pacheco, N., & Fernández Pedreros, M. (2019). Sector agroindustria: innovación social para el desarrollo del agroturismo en el departamento de Boyacá. En L. V. Lesmes (Ed.), Investigación con Impacto Regional: análisis de sectores en Boyaca. Universidad Santo Tomás.

Garzón Cabrejo, M., & Torres Rodríguez, K. J. (2017). Las concepciones de educación inclusiva y diversidad en los programas de educación inicial de la Universidad de San Buenaventura Bogotá y Sedes. Universidad de San Buenaventura.

Gobernación de Boyacá. (2012). Aspectos Geográficos. Gobernación de Boyacá. <https://www.boyaca.gov.co/aspectos-geograficos/>

Gobernación de Boyacá. (2018). Plan Regional de Competitividad de Boyacá 2018.

Hernández, P. A. (s. f.). [tps://www.sic.gov.co/ruta-pi/que-hay-detras-de-los-CATIs](https://www.sic.gov.co/ruta-pi/que-hay-detras-de-los-CATIs). Superintendencia de Industria y Comercio. <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/que-hay-detras-de-los-CATIs>

Jiménez, A. (2013). Desarrollo tecnológico y su impacto en el proceso de globalización económica: Retos y oportunidades para los países en desarrollo en el marco de la era del acceso. Visión Gerencial, 123–150.

López Bejarano, J. M. (2020). La Región Cundiboyacense se Consolida como la Despensa de Alimentos a Nivel Nacional. Agronecios. <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-region-cundiboyacense-es-la-despensa-de-los-alimentos-a-nivel-nacional-2965367>

López Ochoa, R. I. (2010). Diagnóstico de la innovación en la pequeña y mediana empresa en la industria manufacturera en Sonora. Universidad de Sonora.

López Santos, Y., Arvizu Barró, E., Asiain Hoyos, A., Mayett Moreno, Y., & Martínez Flores, J. L. (2018). Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: un enfoque basado en la teoría de Michael Porter. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v8n16/2007-7467-ride-8-16-00729.pdf>

Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista de la Cepal No. 129, 7–27.

Minciencias. (2012). Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación –PEDCTI– Boyacá 2022.

Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología y UPCT. (2015). Línea Base de Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación Boyacá 2014.

OCDE, & Eurostat. (2005). Manual de Oslo. <http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>

OMPI. (s. f.). ¿Qué es la propiedad intelectual? Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. <https://www.wipo.int/about-ip/es/>

ONU. (1948). Declaración Universal de Derechos Humanos. ONU.

Ordoñez, L. (2007). El desarrollo tecnológico en la historia. Arete, 187–209.

OVTT. (s. f.). Guía de Gestión de la Innovación. ovtt.org. <https://www.ovtt.org/guias/guia-practica-innovacion/>

Porter, M. (1990). La Ventaja Competitiva de las Naciones. En The Competitive Advantage of Nations (pp. 163–202). Harvard Deusto Business Review.

Reina Aranza, Y., & Rubio Ramírez, K. (2016). Documentos de trabajo sobre economía regional. https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/dtser_245.pdf

Rincón Castillo, E. L. (2004). El sistema nacional de innovación: Un análisis teórico-conceptual. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-15872004000300007

Sánchez Barajas, G. (s. f.). Las Micro y Pequeñas Empresas Mexicanas ante la Crisis del Paradigma Económico de 2009. EUMED.

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 179–198.

Superintendencia de Industria y Comercio. (s. f.). Estadísticas PI. Superintendencia de Industria y Comercio. <https://www.sic.gov.co/estadisticas-propiedad-industrial>

Varcárcel, M. (2006). Génesis y Evolución del Concepto y Enfoques sobre el Desarrollo. <https://www.uv.mx/mie/files/2012/10/SESSION-6-Marcel-Valcarcel-Desarrollo-Sesion6.pdf>

World Economic Forum. (2016). ¿Qué es la competitividad? World Economic Forum. <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>

Zayas Barreras, I., Parra Acosta, D., López Arcieniega, R. I., & Torres Sánchez, J. de D. (2015). La innovación, competitividad y desarrollo tecnológico en las MIP y ME's del municipio de Angostura, Sinaloa. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 603–617.

Biografías Autores

MARCELA LISETH FERNÁNDEZ PEDREROS

Nació en Tunja, Boyacá, Administradora de Empresas, con estudios posgraduales en Maestría en Dirección y Gestión de Empresas de la Universidad Santa Teresa de Jesús de Ávila, Consultor en Gestión de Innovación y Transferencia de Tecnología, fue docente de la Universidad de Boyacá y la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, en la actualidad se desempeña como Coordinadora de desarrollo tecnológico e innovación. Por más de dos años ejerció el cargo de editora de la Revista In Vestigium Ire de la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja. Filiación Institucional: Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.

JOSÉ OVIDIO NOCUA ACUÑA

Nacido en la ciudad de Tunja- Boyacá, Abogado, especialista en derecho procesal y magister en propiedad intelectual y derecho de las nuevas tecnologías, ha centrado su actividad profesional en el mundo académico, siendo docente investigador en la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja, en las áreas de Filosofía política, ciudadanía, participación y democracia, y en temas relacionados al derecho de autor y la propiedad industrial, por vía de su profesión, se desempeña también como asesor y consultor en asuntos relacionados con el derecho de la propiedad intelectual, en instituciones públicas y privadas. Filiación Institucional: Universidad Santo Tomás Seccional Tunja.

LADYFAJARDO CASTELLANOS

Nació en la ciudad de Bogotá, Colombia. Ingeniera Mecánica de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, con doble titulación otorgada por la Universidad Federal de Itajubá MG- Brasil, maestría en ciencias de la Ingeniería Mecánica de la misma universidad. Dedicada a la academia, docente de educación superior, actualmente se desempeña en las áreas de propiedad industrial y producción.

SAMUELANTONIO VARGAS VARGAS

Nació en Ramiriquí, Departamento de Boyacá, Colombia. Administrador de empresas, dada su constante inquietud por los temas empresariales, y de educación, ha realizado estudios a nivel pos gradual en Alta Gerencia. Gerencia de Marketing. TICs aplicados a la educación y Aprendizaje autónomo. En la actualidad se desempeña como Docente de educación superior, para la Universidad para la Cooperación Internacional de México “UCIMEXICO”, y Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC. Impartiendo cursos de liderazgo, administración y gerencia de proyectos, y asesoreamiento de trabajos finales de grado a nivel de posgrado. Es investigador en temas de Marketing, Administración y Educación, cuya producción se encuentra publicada en libros de marketing, en artículos, en conferencias y ponencias presentadas en distintos seminarios nacionales e internacionales. Filiación Institucionalidad: la Universidad para la Cooperación Internacional de México “UCIMEXICO”.

JOSÉ ALBERTO PAREDES

Nacido en la ciudad de Tunja, Ingeniero Electrónico, Especialista en diseño de producto, Empresario, becario de la OMPI en temas de Propiedad Industrial en búsqueda de información tecnológica, redacción de patentes y gestión de la propiedad intelectual, con 10 años de experiencia en asesorías y ejecución en el diseño y producción de nuevos productos y proyectos de desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i), hábil para planificar y manejar asuntos de propiedad intelectual e industrial identificar, teorizar, planificar y orientar en la solución eficaz y oportuna de solicitudes en materia de PI, así como la potencialización de los recursos y su manejo, teniendo en cuenta la legislación vigente. Software Developer HTML5, CSS, JS, bases de datos, .net, GitHub, entre otros. Sistemas operativos Linux-Windows. Apasionado por el emprendimiento, dinámico, buen líder y con gran vocación de servicio, capaz de generar valor agregado a las organizaciones con generación de ideas e iniciativa en la resolución de problemas, capacidad de organización y gestión, toma de decisiones y capacidad de liderazgo, facilidad para el aprendizaje de nuevas tecnologías, adaptación al trabajo en equipo. Actualmente Gestor CATI para Boyacá de la Superintendencia de Industria y Comercio. Filiación institucional: Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación para Boyacá CATI de la Superintendencia de Industria y Comercio.

