

# Propiedad Intelectual, herramienta para el emprendedor del siglo XXI

Juan Sebastián Sánchez Polanco <sup>(1)</sup>

---

**Resumen:** Las exigencias del mercado de la moda y los retos actuales de los diseñadores han llevado a que estos se reinventen dentro de una industria que toma cada vez más fuerza. El conocimiento jurídico de su organización empresarial es vital para su funcionamiento, la elección de un buen modelo societario y la identificación de los recursos son la clave en el momento cero. El aprovechamiento de la Propiedad Intelectual y la tecnología en su negocio dará un sello de distintividad en el mercado que resultará en un mejor posicionamiento. Contar con activos intangibles, de forma exclusiva, y saberlos gestionar dará al emprendedor puntos adicionales en la carrera por conseguir clientes.

**Palabras clave:** Propiedad Intelectual - emprendedores - tecnología - innovación - disrupción.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 76-77]

---

<sup>(1)</sup> Abogado colombiano por la Universidad El Bosque de Bogotá D.C., candidato a magister en Propiedad Intelectual por la Universidad Austral de Buenos Aires y posgrado en Derecho de Autor y Derechos Conexos por la UBA. Actualmente se desempeña como CEO de la Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual - ELAPI. Correo: direccion@elapi.org.

## 1. Introducción

¿Debe un emprendedor del diseño pensar en sus activos intangibles? ¿Es importante hablar de Propiedad Intelectual en un emprendimiento? En tiempos donde la virtualidad es la protagonista y donde se tienen pocos segundos para captar la atención de los consumidores la Propiedad Intelectual juega un papel muy importante. Sumado al reconocimiento que se debe hacer de la Propiedad Intelectual, los emprendedores deben tener una buena planificación financiera y conocer muy bien el mercado.

De acuerdo con el libro “*Emprender un futuro naranja*”: “Alrededor del 70% de los emprendimientos creativos fracasan debido a una mala planificación financiera, la falta de comprensión del mercado y un flujo de efectivo deficiente” (Gasta y Luzardo, 2018).

Antes de emprender, las personas, deben entender muy bien el mercado al que se dirigirán, identificar su target, competidores, horarios de compras, días muertos y todos los detalles que hacen al mercado. Conocer estos elementos les dará herramientas para impulsar de una forma adecuada su marca y eso representará mayores ventas.

Unas líneas más abajo el mismo libro nos refiere:

El 65.2% de los emprendedores creativos no tienen derechos de propiedad intelectual o registro de derechos de autor. Entre las razones para no tenerlos registrados, el 17,4% declaró que el proceso era demasiado costoso y el resto admitió que no sabía cómo hacer el proceso (Gasta y Luzardo, 2018).

Al analizar esta cita lo primero que se debe decir es que la protección que da el Derecho de Autor no requiere de ninguna formalidad, la protección nace con la creación, pero el registro juega un papel importante en la constitución de pruebas ante cualquier litigio. Por otro lado, la Propiedad Industrial, marcas y patentes, si requieren de una formalidad para que nazca la protección, se deben registrar, ante las autoridades competentes, quien primero registre tendrá los derechos que da la propiedad intelectual.

En la mayoría de los países el trámite no es difícil de hacer, cada vez más las oficinas apuntan a la virtualidad, basta con llenar un formulario y seguir los pasos para poder hacer estos registros. Por otro lado, los costos no son altos; por lo regular los países tienen tasas accesibles para estos registros y el caso excepcional de Colombia que tiene un registro gratuito.

Es necesario que los emprendedores del diseño se acerquen más a la Propiedad Intelectual, sepan qué proteger y cómo hacerlo, ante quién deben hacer el trámite de registro y como pueden ejercer sus derechos de una forma adecuada, se debe tomar conciencia que la Propiedad Intelectual es el primer activo de un emprendedor.

Este artículo está enfocado en el diseño de modas, en primer lugar, se dará una explicación de lo que es un emprendedor, seguidamente se analizarán algunos vehículos que tienen las personas para emprender, en el tercer punto se explicará la Propiedad Intelectual, Derecho de Autor, Marcas y Patentes para terminar con las conclusiones a las que haya lugar.

## 2. Emprendedores

Antes de entrar a los detalles de la Propiedad Intelectual y como ayuda a los emprendedores, debemos definir qué es un emprendedor y qué vehículos tiene para desarrollarse.

La Real Academia de la Lengua - RAE define emprendedor, en su primera acepción como: “Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras” (RAE). La RAE en su definición nos trae varios elementos para analizar.

“*Que emprende con resolución (...)*”. Un emprendedor debe perder el miedo a explotar sus ideas, convertir esas ideas en realidades. Decidir emprender, con todos los retos que significa, nunca será una tarea fácil, pero el emprendedor debe saber sortear todos los obstáculos con inteligencia para poder avanzar y ganarse un espacio en el mercado.

“(...) *acciones o empresas innovadoras*” de este fragmento se puede pensar que el reto no es solo crear la empresa, sino desplegar todas las acciones necesarias para poder sacar adelante su emprendimiento, todo esto lo tiene que hacer con innovación, que el sello propio sea hacer las cosas diferentes a como las hace el resto, más en una industria como la del diseño de modas donde se responde a los cambios inmediatos que tiene la sociedad.

El éxito, se puede pensar, está en innovar, en proponer una forma diferente de pensar, vender, ofrecer, productos y servicios al mercado. Actualmente, vivimos en una sociedad muy exigente a la hora de consumir, se buscan y se compran experiencias, los pequeños detalles marcan la diferencia entre una compra y una simple observación. Esos pequeños detalles son los que debe aprovechar el emprendedor para sorprender, marcar la diferencia y ofrecer una experiencia única.

El economista Joseph Schumpeter entiende que un emprendedor es como una “destrucción creativa” que consiste en lanzar innovaciones que simultáneamente destruyen viejas industrias. No todo en una destrucción es fatal, nunca hay que temer a destruir para poder construir y avanzar. Nuestra era tecnológica brinda muchas herramientas para poder crear, desde abrir un perfil en la red social hasta crear un post llamativo para publicitar un producto o servicio, todo se puede hacer por internet y es aquí donde se encuentra la herramienta mas valiosa para desarrollar el emprendimiento.

Para Schumpeter, los cambios y el desequilibrio dinámico traídos por la innovación del emprendimiento son la norma en una economía saludable. Dentro de lo que se viene analizando, como emprendimiento de acción innovadora, se asoma otra variante que vale la pena pensar: el impacto económico.

Todo mercado se mueve por oferta y demanda. Es sano que para las demandas de la sociedad exista variedad en la oferta, pero mucho más importante es que la nueva oferta brinde experiencias diferentes, tenga insumos como la Propiedad Intelectual para interactuar en el mercado, se apalancen en las redes sociales para llegar a más clientes.

De igual forma, los emprendimientos que han existido a lo largo del tiempo se ven en la necesidad de innovar sus procesos, de buscar formas nuevas de competir en el mercado, un mercado que como se dijo, ya no consume igual, hoy busca experiencias.

Para poder interactuar de forma adecuada en el mercado, el emprendedor debe actuar siguiendo algunos lineamientos, se explicarán de acuerdo con lo expuesto por el profesor Javier Sánchez Galán (2015). El profesor explica en tres puntos el camino del emprendedor, así:

1. “Localiza nuevas oportunidades mediante el estudio y análisis del mercado y sus cambios. Así, conoce las actitudes y preferencias del público” (Sánchez Galán, 2015).

El gran reto es buscar algo que lo haga único, sin lugar a duda, la marca es ese primer paso. Esto debe ir acompañado de un excelente producto o servicio, una buena atención al cliente. Una vez se consigue esto, se debe conocer el mercado, quienes son los clientes, el rango de edad, la zona horaria de compra y como ese publico va mutando con el paso de los días. El mercado va cambiando día a día y el emprendedor no puede quedarse con la impresión del primer día.

Se debe dar licencia para mejorar, cambiar o innovar con su producto o servicio, esto unido a las preferencias del público, vale la pena recordar que para que la venta es exitosa cuando el cliente vuelve a consumir lo que se vende.

2. “Reúne recursos de tipo financiero, tecnológico o humano para poder acometer el nuevo proyecto” (Sánchez Galán, 2015).

El primer activo de un emprendedor es su Propiedad Intelectual, sus diseños, su marca, el software que desarrolla, el invento que patentó. Las creaciones del intelecto juegan un papel muy importante en el desarrollo del emprendedor, estas permiten que el titular de los derechos los explote de forma exclusiva y por esa misma vía impida que terceros lo usen sin su autorización.

Puede potencializar su emprendimiento desarrollando un modelo de franquicia o abrir su invención a licencias de explotación, esto le permitirá expandir su mercado.

Adelantando un poco el aparte de Propiedad Intelectual, que vendrá más adelante, es importante que el emprendedor sepa que las obras protegidas por Derecho de Autor no requieren de registro, su protección nace con la obra. Por su parte, la Propiedad Industrial (Marcas y Patentes) si requieren de registro para que nazca la protección.

El talento humano que participa en el proyecto no se debe descuidar en ningún momento, estas son las personas que tendrán el contacto con el cliente, venderán el producto o brindarán el servicio y harán crecer el emprendimiento. Capacitarlos permanentemente y brindar un buen trato es primordial para su buen desarrollo.

Algunas veces, los recursos financieros no son lo suficientes, pero hay algunas alternativas. Como se ha venido diciendo se puede generar dinero con frutos de las licencias o contratos de franquicia que se dan para el uso de la Propiedad Intelectual. Por otro lado, cada vez toma más fuerza lo que se conoce como Crowdfunding, esto se puede definir así: “(...) el crowdfunding, en sus diversas modalidades, es una manifestación más de los movimientos sociales de implicación comunitaria y acción colectiva (...)” (Rodríguez De las Heras, 2015).

En otras palabras, es un modelo colaborativo donde varias personas aportan dinero a un proyecto que les llame la atención, con participación o no. Este tipo de fondos son una ayuda muy importante que los emprendedores pueden aprovechar, presentando su proyecto en una de estas plataformas, con objetivos y metas que describan a donde va el negocio, esto hará que el inversionista se anime a confiar.

3. “Pone en marcha el negocio con determinación y afrontando su posición de responsabilidad, teniendo siempre presente una capacidad de innovación y originalidad”.

Un dicho entre los colegas es famoso y dice: “el mundo está lleno de buenas ideas”. Esto puede sonar como una invitación a que las personas se animen a llevar sus ideas del papel al mundo, a que materialicen eso que su intelecto produce. Antes de materializar esas ideas el emprendedor debe tomar todas las acciones necesarias para desarrollarla bien y protegerla, debe pedir asesorías, hacer bocetos, firmar contratos de confidencialidad con quien debe firmarlos y cuando esté listo, registrar.

Una vez esté en el mercado, como se expresó anteriormente, debe gestionarlo de forma responsable, tomando las mejores decisiones posibles, llevando el rumbo de su proyecto y muy pendiente de la Propiedad Intelectual y su desarrollo. Es muy importante que se tenga en cuenta que estos proyectos pueden mutar, siempre siendo originales, para responder a las necesidades del mercado.

### 3. Vehículos para emprender

Cuando se piensa en emprender la primera palabra que se puede venir a la cabeza es PYMES, mucho se ve en el día a día sobre esta figura de empresa. Por sus siglas su definición es pequeñas y medianas empresas.

El licenciado mexicano Fabian Domínguez expresa que “Se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes” (Domínguez, 2019). De la definición de Fabian podemos rescatar dos características de las PYMES.

En primer lugar: las PYMES están concentradas en el comercio, ofreciendo productos o servicios al público y también se concentran en la industria artesanal. Muchas personas ofrecen productos hechos por sus propias manos dentro de este modelo de emprendimiento, concentrándose en ofrecer un producto de calidad que logre identificar el lugar donde se hizo y lleve un mensaje de sostenibilidad en las personas que lo usan.

Por otro lado, se indica que son trabajos independientes. Muchos de los emprendedores un día fueron empleados de la empresa de otra persona, un día decidieron hacer realidad sus ideas y empezar a ser independientes, manejar su tiempo, crear empresa, luchar por sus sueños y llevar sus propias finanzas. Para poder ser un buen emprendedor y poder tener esa independencia se debe aprender de todos los oficios que el emprendimiento necesita, pero lo más importante es respetar los derechos laborales de las personas que hacen parte del proyecto. Ningún proyecto sirve como excusa para vulnerar los derechos laborales de los colaboradores.

Es tal la fuerza de las PYMES que, según el INTAL del BID, al 2025 las PYMES serán más del 75% de la economía mundial, y actualmente en Argentina representan el 60% y en Colombia 80% del empleo privado. Es tal la importancia de estas que resulta imperante cuidarlas e incentivar su creación, que emprender sea un trámite fácil y rápido, es por esto que los Estados deben concentrarse en sacar políticas públicas de emprendimiento y normas que ayuden a la actividad.

En Argentina, las PYMES, se encuentran reguladas en la Resolución 154 de 2018 del Ministerio de Producción y estas las clasifica en:

1. Micro.
2. Pequeña.
3. Mediana Tramo 1
4. Mediano Tramo 2

En Colombia, la Ley 590 del 2000 clasifica las PYMES en:

1. Mediana Empresa.
2. Pequeña Empresa.
3. Microempresa.

Estas clasificaciones responden al número de colaboradores y activos que tenga la empresa, las tablas de clasificación van variando de acuerdo la situación económica del país

donde se encuentren. Dependiendo del rango en el que se encuentren podrán acceder a ciertos beneficios, cada país va regulando estos beneficios correspondientemente.

Desde hace unos años nació en la vida jurídica la Sociedad por Acciones Simplificadas - SAS<sup>1</sup>, por el profesor Francisco Reyes Villamizar (2011). Pensando en las necesidades del emprendedor y las características del mercado se creó esta figura que permite, por acto unipersonal y privado, crear una empresa de forma rápida y sencilla.

Algunas características que se rescatan de este modelo societario es que el emprendedor puede ser su propio socio, el objeto social puede ser amplio y su duración en el tiempo es flexible, en Colombia se reguló este tipo de sociedades con la Ley 1258 de 2008 y en Argentina la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor 27.349.

Este modelo societario ha cobrado fuerza, pero no todas las empresas deben ser SAS., cada modelo societario tiene sus particularidades y el emprendedor debe saber decidir cuál se ajusta más a las necesidades de su proyecto para así mismo tomarlo.

Para finalizar este punto, podemos hablar de las Startup, y siguiendo la definición de Fabian Domínguez estas son “Empresas que se encuentran en edad temprana o nueva creación y presentan grandes posibilidades de crecimiento” (Domínguez, 2019).

Un factor en común que tienen las Startup es que trabajan en el sector de la tecnología, han identificado un servicio que se brinda desde hace algunos años y lo han potenciado con tecnología; o han buscado la manera diferente de ofrecerlo, para que sea más cómodo a las personas, como es el caso de UBER.

En el caso de UBER, la plataforma aprovechó el servicio de transporte que se ha brindado por años y cambiaron la forma de ofrecerlo. Conectando a prestadores y usuarios mediante una APP brindando la información completa del servicio. El primer punto que se identificó fue que las personas querían saber, desde el primer momento, cuánto costaba el trayecto que pretendían hacer y tener los datos de la persona que iba a prestar el servicio. Una vez identificadas las necesidades del mercado, lanzaron su proyecto y hoy en día muchas personas utilizan esta plataforma para desplazarse diariamente en las ciudades. Ese es el verdadero reto; encontrar las necesidades de las personas y brindar formas innovadoras de ofrecer alternativas al mercado.

De la definición que se dio, identificamos puntos en común con el caso concreto, las grandes posibilidades de crecimiento que tienen los proyectos que están en edad temprana. Ese crecimiento se los dará, sin duda, la innovación que le impriman a su desarrollo y a al impacto que pueda tener esta en el mercado, de ahí la importancia de saber oír e interpretar al usuario, conocerlo y brindarle un producto o servicio que le sea útil.

Se vive en la era de la tecnología, de desarrollos, de software, de inventos y los emprendedores deben encontrar el punto de encuentro entre estas herramientas y el proyecto que quieren desarrollar. Afortunadamente, la era tecnológica tiene una gran aliada como lo es la Propiedad Intelectual, el cóctel está servido: Innovación + Propiedad Intelectual + Proyecto = Irrupción del mercado.

A manera de conclusión, las diferencias entre las PYMES y las Startup son varias, las principales son que las PYMES salen al mercado con una cierta cantidad de dinero y deben esperar cierta cantidad de tiempo para poder ver los resultados. Por su parte, las Startup, salen al mercado con necesidad de capital, pero hacen uso de las herramientas tecnológicas para crecer y financiarse.

En el caso de las PYMES, actualmente el tipo de societario más utilizado son las SAS., por los beneficios de creación que esta da, pero nunca nos debemos olvidar de los demás tipos societarios que existen. Su elección está enmarcada por las necesidades, el querer del emprendedor y la asesoría de un abogado y un contador público. El mundo está lleno de posibilidades, ¿van a dejar que les cuenten la historia?

#### 4. Propiedad Intelectual

Hasta este punto se ha hecho mucha mención a la Propiedad Intelectual y sus bondades a la hora de apoyar a los emprendedores, en este punto se profundiza en diferentes aspectos. Para la OMPI, la Propiedad Intelectual “se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio” (OMPI).

Analizando elemento por elemento de la definición tenemos que la Propiedad Intelectual protege las invenciones, esto por el Derecho de Patentes, aquí tenemos varios ejemplos argentinos como lo son el birome y el helicóptero. También habla de obras, libros, canciones, películas, etc. Protegidos por el Derecho de Autor ejemplos colombianos como la obra del opita José Eustasio Rivera “*La Voragine*” o los tangos de Gardel. Por último, hace referencia a símbolos, nombres e imágenes que vemos en el mercado, protegidos por el Derecho Marcario, marcas de café colombiano como Amelia Coffe, Café Galileo y Café Ninco o las marcas de alfajores argentinos.

El derecho humano a la Propiedad Intelectual funda sus raíces en un aspecto positivo del derecho, es decir, lo que busca este derecho es potencializar al humano, potencializarlo a crear, a explotar su mente y materializar sus ideas, no nos debemos quedar en el aspecto negativo del derecho, que es crear una barrera de acceso para el uso, sino que se debe ir más allá, pensar en que, si se protegen las creaciones, el humano se verá animado a crear, porque su obra estará protegida (Lehtinen, 2020).

Es tan importante la Propiedad Intelectual que es transversal a otros derechos como la educación y el desarrollo cultural de los países (Díaz de Olarte, 2018). Si no se protegen las creaciones, signos e invenciones no se tendrían hoy los avances tecnológicos que se conocen ni se podría innovar como se ha venido pensando.

Generalmente se escucha y se entiende a la Propiedad Intelectual como una barrera para poder usar las creaciones o invenciones ajenas, es decir desde un aspecto negativo. A la hora de emprender este pensamiento se debe erradicar, pues el emprendedor debe saber que tiene que respetar los derechos de sus competidores en el mercado, si no lo hace puede tener consecuencias jurídicas muy graves, pero también debe entender que dentro de su proyecto existirán muchas variables, que la Propiedad Intelectual le ayudará a potencializar y buscará protegerlas.

La protección que da la Propiedad Intelectual debe darle seguridad al emprendedor y al proyecto, para siempre invertir en innovación y desarrollo, buscar constantemente mejorar su producto, su proceso de fabricación, capacitar a sus colaboradores. Esa seguridad se siente al saber que lo que cree su intelecto estará protegido y él será la única persona que

podrá usarlo en el tiempo y tendrá las herramientas jurídicas para poder defenderse de cualquier uso ilegítimo.

Aclarado lo anterior, se analizará las tres ramas de la Propiedad Intelectual a las que se ha hecho mención; Derecho de Autor, Marcas y Patentes.

#### - Derecho de Autor

La Doctora Delia Lipszyc define el Derecho de Autor como “la rama del Derecho que regula los derechos subjetivos del autor sobre las creaciones que presentan individualidad resultantes de su actividad intelectual, que habitualmente, son enunciadas como obras literarias, musicales, teatrales, artísticas, científicas y audiovisuales” (Lipszyc, 2006).

Libros, canciones, películas, software y demás obras son protegidas por el Derecho de Autor. En este punto se puede pensar en un emprendimiento cultural donde se exploten este tipo de obras o por el contrario que el emprendedor sea autor y explote sus obras. Si es el caso de explotar obras ajenas, el emprendedor debe contar con la autorización del titular de los derechos para explotar esas obras, pagar en debida forma las licencias a la Sociedad de Gestión Colectiva. Se deben realizar todas las acciones tendientes a respetar los derechos de los autores y titulares, pues en muchas ocasiones las personas viven de las regalías que dejan sus obras.

Si se está en el otro escenario, que el emprendedor sea autor, de sus propios diseños, debe tener en regla todo su sistema de Derecho de Autor, es decir; todas las obras registradas, analizar cada situación de licencia o cesión para firmar el mejor contrato posible, estar afiliado a las sociedades de gestión colectiva pertinentes para que se gestionen en debida forma sus derechos y contar con la asesoría necesaria para los negocios que puedan resultar. En diseño, se evidencia la presencia del Derecho de Autor en prendas donde se usa arte aplicado, donde se aprecia la forma útil del diseño o se tiene una forma útil donde se tiene el diseño. En esta industria esta protección aparece desde los primeros bocetos de diseño, esto puede estar acompañado de tecnología.

El software, desde los tratados OMPI Internet, es protegido por el Derecho de Autor como una obra, es decir que tiene la protección que da el Derecho de Autor. Los sistemas de computadora, por lo regular, son desarrollados por un ingeniero externo al proyecto. Esta relación puede darse para la creación de una APP, un programa de computador, una plataforma over the top - OTT (como Netflix) donde el emprendedor dará todas las indicaciones al ingeniero para la creación de esta.

Se pueden presentar una de dos situaciones, en la primera el ingeniero o diseñador puede estar trabajando en relación de dependencia con la empresa y dentro de su contrato laboral existe una cláusula de cesión de derechos por las obras que cree, en este escenario; por el contrato de trabajo el empleador será el titular de los derechos de todas las creaciones que su empleado desarrolle en virtud de este contrato.

Por otro lado, puede que el ingeniero o diseñador sea un free lance y se contrate mediante un contrato de prestación de servicios para que bajo las indicaciones del emprendedor se desarrolle el software o cree diseños que se le soliciten, aquí se estará en el marco de una obra por encargo, este contrato de obra por encargo se puede definir, así:



Obras por encargo son las que se hacen en cumplimiento de un convenio por el cual se encomienda al autor que, a cambio de pago de una remuneración, cree determinada obra para ser utilizada en la forma y con los alcances estipulados (Lipszyc, 2006).

Este contrato será la base de entendimiento entre el emprendedor y el free lance que desarrollará el encargo, tal como dice la definición se deben aclarar la utilización de la obra, alcance, datos técnicos, fechas de entrega, valor a pagar y se definirá la titularidad de los derechos, que por lo regular son de la persona que encarga la obra, para el caso del diseño, pueda que el emprendimiento encargue a diseñadores externos la creación de alguna prenda en específico.

Este contrato es muy importante en el emprendimiento, es el primer paso para la gestión adecuada de las obras que terceras personas hagan, es muy importante que el emprendedor o la empresa cuenten con la titularidad de los derechos para poder usarlos en cumplimiento de las normas.

#### - Derecho Marcario

El nombre, signos, colores y demás elementos distintivos que se usan para identificar el producto o servicio son el primer gancho entre el emprendimiento y su público. Contar con un signo lo suficientemente distintivo, único y original que represente al proyecto y al producto es de suma importancia.

Se puede definir una marca como los símbolos que cuentan con capacidad distintiva para identificar productos y servicios en el mercado. La creación de una identidad para el proyecto debe ir acompañada de todo un estudio profundo de la misma, hacerse preguntas cómo ¿Qué quiero transmitir? ¿Cómo lo quiero transmitir? ¿Qué colores identifican el proyecto?, son claves al momento de definir una imagen.

Una vez se tenga ese símbolo que identificará el producto o servicio en el mercado se debe registrar en las oficinas locales, tal como se dijo anteriormente el derecho marcario nace con el acto administrativo de concesión de la marca por parte de la autoridad competente y este deberá renovarse cuando la ley marcaría así lo disponga.

Vale la pena recalcar que el derecho marcario es territorial, es decir, sólo otorgará protección en el país donde se haya registrado. Los emprendedores deberán tener muy en claro en qué países tendrán operaciones para así mismo proteger su marca en esos países.

Para el caso argentino, existe una figura que ha creado la jurisprudencia que es la marca de hecho, es la cual no se ha registrado ante la autoridad competente, pero se ha hecho un uso prolongado en el tiempo de manera pacífica y pública. La defensa jurídica de este tipo de marca resulta más compleja, habrá que probar el año en el cual se empezó a usar el signo, el rubro del comercio en el cuál se ha usado y qué se ha usado a lo largo del tiempo de forma pacífica.

Cuando se tiene la marca registrada la defensa jurídica de la misma puede ser más viable, pues el acto administrativo de concesión consignará todos los datos necesarios para darle certeza al juez de la titularidad de esta y de las infracciones que se alegan.

Otra figura del derecho marcario que vale la pena traer a colación son los nombres comerciales, estos identifican una actividad o un establecimiento en el comercio y no requieren

de un registro ante la autoridad competente. Se aclara que los nombres identifican el establecimiento o la actividad del emprendedor más no sus productos o servicios.

En la industria del diseño, la reputación de la marca se debe ir construyendo con el tiempo, con los productos que se vayan lanzando, que la marca responda a representar las colecciones que lanzan, como es el caso de la marca colombiana Vélez.

Una empresa que está en la industria y ofrece productos de cuero, billeteras, zapatos, bolsos, accesorios y que lleva la impronta de la sostenibilidad en sus procesos, hoy en día esta empresa colombiana cuenta con presencia en muchos países de la región llevando el diseño del cuero colombiano al escenario internacional.

#### - Derecho de patentes

El Derecho de patentes protege las invenciones del intelecto humano, estas invenciones son las que buscan dar una solución a un problema técnico que se presenta. En el Derecho de Patentes se otorga al inventor un derecho de exclusividad temporal para explotar su invención que por regla general tiene una duración de veinte años.

Al igual que en el derecho marcario, las invenciones que se protegen por patentes deben ser registradas ante la autoridad competente para lograr su protección y la misma es territorial, se debe tener en cuenta el mismo criterio de impacto del emprendimiento para solicitar su registro en los países donde se explotará la invención.

Dentro de la industria del diseño, se pueden proteger mediante patentes los usos de las diferentes telas para lograr efectos, el uso de encimas naturales para la creación de prendas con toques únicos. Algunos ejemplos de este caso se pueden encontrar en el artículo “*Patentes de invención en la Industria de la Moda*” de Pamela Echeverría.

El primer caso es la utilización de una enzima de celulosa que logra dar un efecto desgastado en las prendas, esta patente pertenece a la marca Novozymes (Echeverría, 2012). Este es un caso que invita a la industria de la moda y el diseño a buscar en la naturaleza elementos que les permitan innovar en sus creaciones para lograr diseños únicos. La naturaleza, manejada de forma sostenible, puede ser una gran aliada para lograr un gran impacto en el mercado.

Otro ejemplo es la marca Speedo que desarrolló la prenda *fastskin*. Ellos se inspiraron en la piel del tiburón para el diseño de sus trajes de baño. La invención logra que se reduzca la presión que ejerce el agua en el desplazamiento de la persona atleta (Echeverría, 2012). En este caso, Speedo, trajo una característica del tiburón para innovar en sus trajes de baño y brindar un valor agregado diferente, con tecnología y una propuesta diferente.

En el proceso de invención del diseño la persona creativa debe pensar en ir más allá, en traer una propuesta diferente que cause un impacto en el mercado. Muchas veces las respuestas están más cerca de lo que se cree y es ahí donde se debe profundizar. Sin lugar a dudas, para poder lograr inventos patentables las marcas deben invertir en investigación y desarrollo.

## 5. Conclusiones

Para concluir se puede afirmar que resulta vital, desde el momento cero del emprendimiento, poner el foco en la investigación y el desarrollo. Reconocer a la Propiedad Intelectual como una gran aliada para el éxito de un emprendimiento y para la vida del mismo en el mercado.

Gestionar en debida forma los activos intangibles, protegerlos, respetar los derechos de terceros e investigar para innovar hará que los emprendimientos puedan llevar una propuesta única al mercado. Hoy en día la tecnología juega un papel muy importante en la vida del emprendimiento, ayuda a publicitar, crear, desarrollar y no se puede dejar de lado. El emprendedor debe conocer sus desafíos y plantear sus metas para saber la forma correcta de lanzarse al mercado, saber con que cuenta y de que manera se organizará. Una buena planeación hará más fácil el camino al éxito.

## Referencias Bibliográficas

- Gasta, L. y Luzardo, A. (2018). *Emprender un futuro naranja*. Banco Interamericano de Desarrollo - BID. Recuperado de: [https://cloud.mail.iadb.org/emprender\\_futuro\\_naranja?UTMM=Direct&UTMS=Website#home](https://cloud.mail.iadb.org/emprender_futuro_naranja?UTMM=Direct&UTMS=Website#home)
- Díaz de Olarte, J. (13 de marzo de 2018). El Derecho de autor como Derecho Humano. Recuperado de: <https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2018/03/13/el-derecho-de-autor-como-derecho-humano>, visitado el 06 de mayo de 2019.
- Domínguez, F. (2019). Activos intangibles: núcleo de crecimiento y transformación organizacional. TEIKNÁ - Inteligencia Social & Desarrollo Sostenible. Recuperado en: <https://teiknasocial.com/>
- Echeverría, P. (29 de septiembre de 2012). Patentes de invención en la industria de la moda. Recuperado de <http://www.todaviasomos pocos.com/aportes/patentes-de-invencion-en-la-industria-de-la-moda/%E2%80%8B>
- Lehtinen, L. (2020). Propiedad Intelectual y sostenibilidad: la protección de los conocimientos tradicionales. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. Volumen 106. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=832&id\\_articulo=17102](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/cuadernos/detalle_articulo.php?id_libro=832&id_articulo=17102)
- Ley 1258/2008. Boletín Oficial de Colombia. (5 de diciembre de 2008). Recuperado de: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html)
- Ley 27349. Boletín Oficial de la República Argentina. (12 de abril de 2017). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/270000-274999/273567/norma.htm>
- Ley 590/2000. Diario Oficial de Colombia (12 de julio de 2000) Recuperado de: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0590\\_2000.html#:~:text=Leyes%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BLEY\\_0590\\_2000%5D&text=Por%20la%20cual%20se%20dictan,mi](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html#:~:text=Leyes%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BLEY_0590_2000%5D&text=Por%20la%20cual%20se%20dictan,mi)

- cro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresa.&text=j)%20Crear%20las%20bases%20de,micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas Lipszyc, D. (2006). *Derecho de autor y derechos conexos*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Víctor P. de Zavalía S.A.
- Organización mundial de la Propiedad Intelectual (s.f.). Propiedad Intelectual. Recuperado en 17 de enero de 2021, en <https://www.wipo.int/about-ip/es/>
- Real Academia de la Lengua. (s.f.) Emprendedor. En *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado en 17 de enero de 2021, de <https://dle.rae.es/emprendedor>
- Resolución 154/2018. Boletín Oficial de la República Argentina. (9 de mayo de 2018) Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/309999/norma.htm>
- Reyes Villamizar F. (2011). Sociedad por Acciones Simplificadas: una alternativa útil para los empresarios latinoamericanos. *Revista de Derecho Themis*. Volumen 59.
- Rodríguez De las Heras Ballell, T. (septiembre 2015). El Crowdfunding: una nueva forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos. *Pensar en Derecho*. Volumen 3. Pp. 101-125. Recuperado de: <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>
- Sánchez Galán, J. (s.f.) (30 de noviembre de 2015). *Emprendedor*. Economipedia.com Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>

**Abstract:** The demands of the fashion market and the current challenges of designers have led them to reinvent themselves within an industry that is becoming increasingly strong. The legal knowledge of their business organization is vital for its operation, the choice of a good corporate model and the identification of resources are the key at the moment zero. The use of Intellectual Property and technology in your business will give a seal of distinction in the market that will result in a better positioning. Having intangible assets, exclusively, and knowing how to manage them will give the entrepreneur additional points in the race to get customers.

**Keywords:** Intellectual property - entrepreneurs - technology - innovation - disruption.

**Resumo:** As demandas do mercado da moda e os desafios atuais dos designers os levaram a se reinventar em um setor que vem ganhando força. O conhecimento jurídico da sua organização empresarial é vital para o seu funcionamento, a escolha de um bom modelo empresarial e a identificação dos recursos são a chave no momento zero. A utilização da Propriedade Intelectual e da tecnologia no seu negócio dará um selo diferenciado no mercado que resultará em um melhor posicionamento. Ter ativos intangíveis, exclusivamente, e saber gerenciá-los dará ao empreendedor pontos adicionais na corrida pela conquista de clientes.

**Palavras chave:** Propriedade intelectual - empreendedores - tecnologia - inovação - disrupção.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]

---