Gobierno de Colombia

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

2026 **Guía legal**
Para hacer negocios en Colombia

Propiedad Intelectual



COLOMBIA CO

CAVELIER
ABOGADOS

Cavelier
Dirección: Carrera 4 No. 72 A – 35
Ciudad: Bogotá

Teléfono:
(+57) 601 - 3473611

E-mail: cavelier@cavelier.com
Página Web: www.cavelier.com

2026 Guía legal

Para hacer negocios en Colombia



Este memorando refleja la legislación vigente en Colombia a la fecha de elaboración del mismo y está destinado a suministrar una información general y básica sobre la Ley Colombiana.
No pretende constituir o servir como sustituto o reemplazo de asesoría legal específica respecto a cualquier asunto específico o particular. Tal asesoría legal debe ser obtenida mediante la consulta directa a servicios legales especializados. Para tal efecto les sugerimos contactar a alguna de las firmas que se encuentran el Directorio de Servicios al Inversionista que aparece en la página web de ProColombia.

www.investincolombia.com.co

Los signos distintivos son aquellos que permiten identificar en el mercado productos, servicios, actividades empresariales o bienes asociados a un origen geográfico determinado. Su función es distinguir la procedencia empresarial y evitar la confusión entre competidores.

1. SIGNOS DISTINTIVOS

1.1. Definición, alcance y función económica

Los signos distintivos son aquellos que permiten identificar en el mercado productos, servicios, actividades empresariales o bienes asociados a un origen geográfico determinado. Su función es distinguir la procedencia empresarial y evitar la confusión entre competidores.

Estos signos otorgan a su titular un derecho exclusivo de uso, así como la facultad de autorizar o prohibir su utilización por parte de terceros cuando pueda generar confusión o asociación en el mercado.

Desde el punto de vista económico, los signos distintivos permiten **(i) diferenciar productos o servicios frente a competidores, (ii) consolidar reputación asociada a calidad, innovación o servicio, (iii) facilitar la fidelización de clientes y (iv) convertirse en un activo intangible que puede valorarse, licenciarse, franquiciarse o transferirse.**



1.2. Tipos de Signos Distintivos

1.2.1. Las marcas

La marca es el signo que distingue productos o servicios de una persona o empresa frente a los de otras en el mercado. Puede estar compuesta por palabras, letras, números, imágenes, símbolos, combinaciones de colores, formas u otros elementos que permitan su diferenciación y la identificación de su origen empresarial.

Para su registro, la marca debe ser susceptible de representación gráfica y contar con carácter distintivo, es decir, debe ser apta para individualizar los productos o servicios que identifica y no limitarse a describir sus características o expresiones de uso común.

Principales tipos de marcas

TIPO DE MARCA	DESCRIPCIÓN
Nominativas	Formadas únicamente por palabras, letras o números.
Figurativas	Compuestas exclusivamente por elementos gráficos o diseños.
Mixtas	Combinan elementos nominativos y gráficos.
Tridimensionales	Protegen la forma particular de un envase, empaque o producto, cuando esa forma es distintiva.
Sonoras	Consisten en melodías o secuencias de sonidos que identifican el origen empresarial.
De color	Protegen un color o combinación de colores aplicados de manera particular y distintiva.
País	Utilizadas para promover la reputación e imagen de un país.
Colectivas	Utilizadas por los miembros de una asociación para identificar el origen común de sus productos o servicios.
De certificación	Indican que los productos o servicios cumplen ciertas normas o características verificadas por su titular.

Las marcas se protegen en relación con productos o servicios específicos, agrupados por clases desde la 1 a la 34 para productos y desde la 35 a la 45 para servicios, conforme a la Clasificación Internacional de Niza.

Sin embargo, no todos los signos son registrables como marca. Entre estos, se encuentran: (i) los genéricos, de uso común o descriptivos del producto o servicio, (ii) los que puedan inducir a error o engaño sobre el origen empresarial, la calidad, la composición o las características de los productos o servicios, (iii) los contrarios a la ley, la moral o el orden público, o que incluyan símbolos oficiales protegidos sin autorización, (iv) los que afecten derechos anteriores de terceros, cuando pueda generarse riesgo de confusión o de asociación en el mercado, entre otros.

Estas reglas buscan asegurar que las marcas realmente cumplan su función de distinguir y que no se afecten derechos previos ni se induzca a error al público.

Ahora bien, la marca concentra la inversión en publicidad, posicionamiento y calidad de productos o servicios. Su uso continuado permite mantener la identificación del origen empresarial ante el público consumidor. Además, puede ser objeto de licencia, franquicia, cesión o aporte como activo intangible. Su protección facilita operaciones comerciales, procesos de inversión y expansión a nuevos mercados.

1.2.2. Los lemas comerciales

El lema comercial es una palabra, frase o expresión utilizada como complemento de una marca. Su función es reforzar el mensaje asociado a esa marca.

No opera de manera independiente, sino vinculado a una marca principal. Su protección se limita a esa relación.

1.2.3. Los nombres y enseñas comerciales

El nombre comercial identifica a una compañía en el ejercicio de su actividad económica; es el signo con el que el público reconoce al negocio en el mercado. Es importante diferenciarlo de la razón o denominación social, pues estos identifican a la persona jurídica en el ámbito societario y registral, mientras que el nombre comercial identifica la actividad empresarial frente al público consumidor.

Por su parte, la enseña comercial identifica el establecimiento de comercio frente al público consumidor.

Estos signos se protegen principalmente por su uso en el comercio. El registro es declarativo y facilita la prueba de derechos en caso de conflicto.

1.2.4. Las indicaciones geográficas

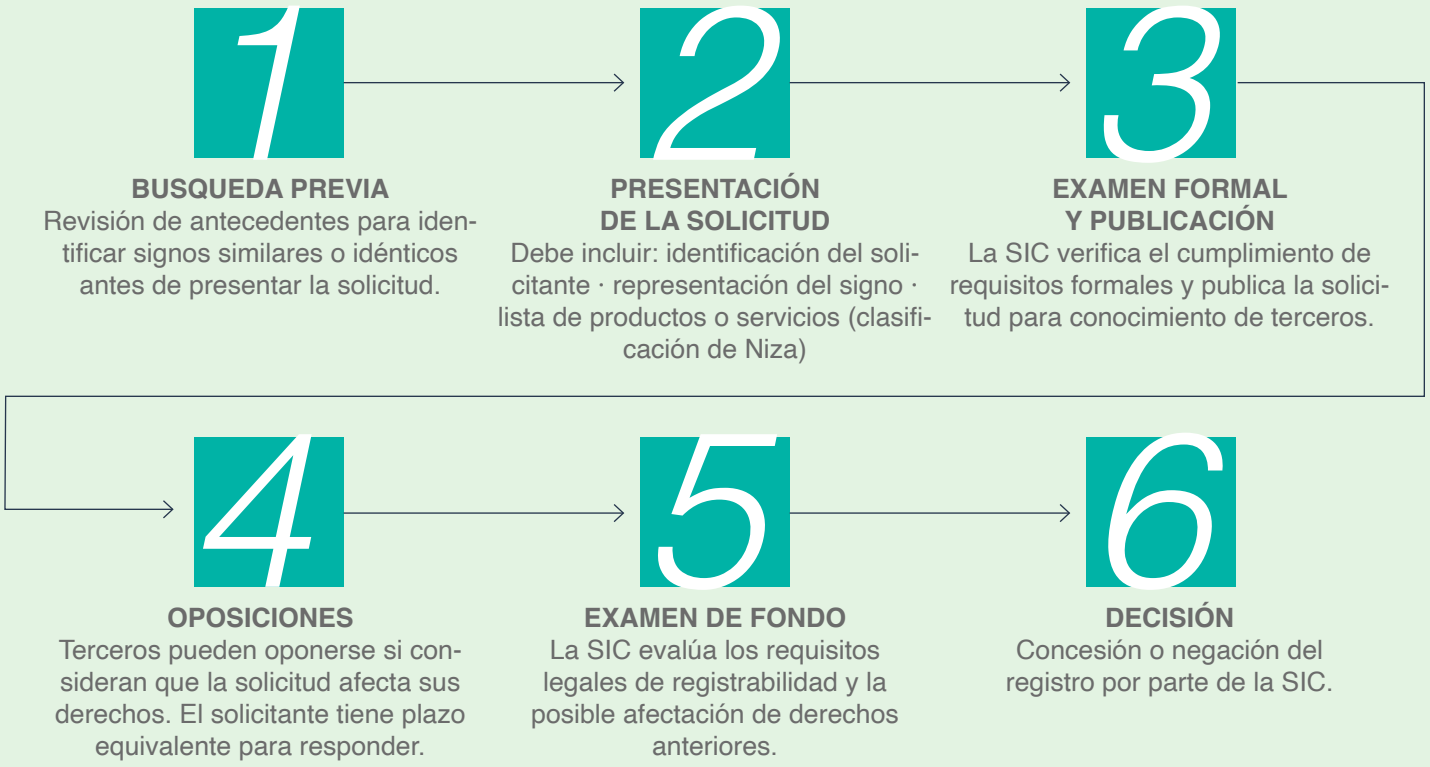
Las indicaciones geográficas comprenden dos figuras: (i) las denominaciones de origen y (ii) las indicaciones de procedencia. Las primeras se basan en el nombre de un país, región o lugar (o en una denominación que remite a una zona geográfica), utilizada para designar un producto originario de allí, cuando su calidad, reputación u otras características se deben a tal medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos; y las segundas consisten en un nombre, expresión, imagen o signo que designa o evoca un país, región, localidad o lugar determinado.

En general, estas figuras se suelen utilizar en productos naturales, agrícolas, artesanales, entre otros, en los que el origen geográfico es relevante para su producción y diferenciación.

1.3. Procedimiento para su protección

En la Comunidad Andina, la protección de la mayoría de los signos distintivos, especialmente las marcas, se obtiene mediante registro ante la autoridad nacional competente; en Colombia, es la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

Registro de Signos Distintivos en Colombia



El registro confiere un derecho exclusivo por un período de 10 años, renovables.

1.4. La protección internacional de los signos distintivos

La protección de los signos distintivos es territorial. Registrar una marca en Colombia no otorga derechos automáticos en otros países. Entonces, un tercero podría solicitar o registrar un signo igual o similar en otra jurisdicción si el titular no ha protegido su marca allí.

Por esta razón, las empresas con planes de expansión deben definir desde etapas tempranas una estrategia de protección internacional en los países de interés, para reducir riesgos legales y facilitar la entrada a nuevos mercados. Esto puede hacerse mediante solicitudes nacionales en cada jurisdicción o a través de sistemas internacionales de registro de marcas, como el Protocolo de Madrid, que permiten centralizar la presentación de solicitudes para varios países.

1.5. Uso, explotación y defensa de los signos distintivos

Uso efectivo

El uso de la marca no es un requisito para que se conceda el registro en Colombia. Sin embargo, si la marca no se utiliza de manera real y efectiva, su titular se expone a que el registro sea cancelado cuando, por ejemplo, existan conflictos con terceros.

Además, debe tenerse en cuenta que un registro puede ser cancelado por falta de uso si no se ha usado durante un período continuo de 3 años.

Explotación comercial

Los signos distintivos pueden ser objeto de licencia, franquicia, cesión o valoración como activos intangibles en operaciones comerciales. Su titular puede autorizar a terceros su uso bajo

condiciones contractuales específicas, delimitar territorios y formas de explotación, y utilizarlos como parte de estrategias de expansión empresarial. También pueden integrar el patrimonio de la empresa en procesos de inversión, reorganización societaria o transferencia de activos.

Defensa de derechos

El titular puede iniciar acciones administrativas o judiciales cuando terceros utilicen o soliciten signos iguales o similares que generen riesgo de confusión o asociación indebida. Estas acciones pueden estar orientadas a obtener el cese del uso no autorizado, la negación, cancelación o revocatoria de registros que afecten sus derechos y, cuando corresponda, la reparación de daños y perjuicios.

2. NUEVAS CREACIONES

2.1. Patentes y modelos de utilidad

2.1.1. Definición y alcance

Las patentes de invención y los modelos de utilidad constituyen modalidades de protección jurídica territorial destinadas a salvaguardar invenciones, entendidas estas como productos o procedimientos que aportan una solución técnica novedosa a un problema técnico identificado y que son resultado de una actividad inventiva.

De acuerdo con la Decisión Andina 486, las invenciones susceptibles de ser protegidas mediante patente de invención deben ser nuevas, es decir, no estar comprendidas en el estado de la técnica; deben implicar nivel inventivo, lo que significa que la solución propuesta no debe resultar obvia para una persona con conocimientos medios en la materia técnica correspondiente; y deben ser susceptibles de aplicación industrial, es decir, poder ser producidas o utilizadas en cualquier tipo de industria.

Por su parte, el modelo de utilidad ampara nuevas formas, configuraciones o disposiciones de elementos incorporadas en herramientas, instrumentos, dispositivos o en partes de estos, que produzcan una mejora en su función o utilidad, conforme a lo previsto en la normativa andina. En ese sentido, esta modalidad de protección se limita a productos que introducen mejoras funcionales respecto de invenciones ya existentes, sin abarcar creaciones completamente nuevas o de alto nivel inventivo.

En consecuencia, la patente de invención protege soluciones técnicas que cumplen un nivel inventivo elevado y otorga un período de protección de 20 años, contados desde la fecha de presentación de la solicitud. El modelo de utilidad, en cambio, requiere un menor grado de altura inventiva, ofreciendo una protección más limitada de 10 años.

2.1.2. Procedimiento para su protección

Para obtener protección por patente en Colombia, la solicitud debe incluir los datos del solicitante y de los inventores y, si se encuentran en idioma extranjero, la traducción al español. Presentada la solicitud, la SIC verifica requisitos formales y, si todo está en orden, procede a su publicación.

Desde la publicación se activan dos hitos: (i) un plazo improrrogable de 6 meses para solicitar el examen de fondo y pagar las tasas; la falta de pago implica el abandono automático de la solicitud, con el riesgo de perder una posición estratégica en el mercado; y (ii) un término de 60 días hábiles para que terceros presenten oposición (prorrogable una sola vez por un tér-

mino igual), con un plazo equivalente para que el solicitante responda y sustente la concesión si decide controvertirla.

Superada la oposición, la SIC evalúa novedad, nivel inventivo y aplicación industrial y, en la práctica, suele emitir dos o tres acciones oficiales de examen de fondo; el solicitante tiene 60 días hábiles para responder (prorrogables una sola vez por 30 días). La SIC emite la decisión final sobre patentabilidad, contra la cual procede el recurso de reposición.

En modelos de utilidad, los plazos se reducen a la mitad: 3 meses para solicitar examen de fondo; 30 días para oposiciones (prorrogables una sola vez por un término igual) y 30 días para responder acciones oficiales (prorrogables por 15 días). Durante el trámite se permiten modificaciones voluntarias y solicitudes divisionales para ajustar la estrategia de protección o separar materias.

2.1.3. Flujo de procedimiento

Proceso de Patente en Colombia ante la SIC



Modelos de Utilidad
Términos reducidos a la mitad:

- *3 meses para solicitar examen de fondo*
- *30 días para oposiciones (prorrogables una vez por término igual)*
- *30 días para responder acciones oficiales (prorrogables por 15 días)*

2.1.4. Registros internacionales

El sistema de patentes es un régimen concebido desde una perspectiva jurídica y económica global. En este contexto, el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) se ha consolidado como el principal mecanismo mundial para solicitar protección internacional, en la medida en que permite que una única solicitud internacional pueda entrar en fase nacional en los 158 países miembros. Esto no solo reduce de manera significativa la carga administrativa al evitar la duplicación de trámites y requisitos, sino que además representa una ventaja económica sustancial.

Lo anterior se debe a que el PCT aplaza los costos más elevados, como lo son; las tasas nacionales, la contratación de agentes locales y las traducciones, hasta la fase nacional, la cual suele iniciarse a los 30 meses desde la fecha de prioridad, o 31 meses en países como Colombia. Este diferimiento otorga al solicitante un margen temporal estratégico para evaluar el potencial comercial de su invención, realizar estudios de mercado, analizar costos y definir la conveniencia de ingresar a jurisdicciones específicas, así como identificar posibles inversionistas o licenciatarios.

Adicionalmente, el PCT constituye una herramienta altamente valiosa desde el punto de vista técnico. A través de la búsqueda internacional y del informe preliminar, el solicitante puede conocer de manera anticipada la fortaleza técnica y la posición de patentabilidad de la invención antes de efectuar inversiones significativas en las solicitudes nacionales, permitiendo ajustar la estrategia de protección, evaluar riesgos, identificar posibles barreras de patentabilidad y delimitar de forma más precisa el alcance de la invención a nivel global.

2.1.5. Excepciones y exclusiones

La normativa aplicable excluye de la protección por patente dos grupos de materias:

i. ***las que no se consideran "invención" y, por tanto, no pueden patentarse:*** *descubrimientos, teorías científicas y métodos matemáticos; seres vivos o material biológico tal como se encuentra en la naturaleza (incluidos procesos biológicos naturales); obras protegidas por derecho de autor; planes, reglas y métodos para actividades intelectuales, juegos o negocios; programas de computador "como tales"; y formas de presentar información.*
ii. ***las que, aun siendo invenciones, no son patentables en la Comunidad Andina:*** *aquellas cuya explotación deba impedirse para proteger el orden público o la moral, o la salud y la vida (humana o animal), preservar vegetales o el medio ambiente; plantas, animales y procesos esencialmente biológicos para producirlos (salvo procedimientos no biológicos o microbiológicos); y métodos terapéuticos o quirúrgicos y métodos de diagnóstico aplicados a humanos o animales. Adicionalmente, los "usos", en cualquier formato, no son aceptados.*

2.2. Diseños industriales

2.2.1. Definición y alcance

Los diseños industriales protegen la apariencia de un producto, no su funcionamiento. En muchos mercados, la elección del consumidor depende del factor estético: dos productos pueden cumplir la misma función, pero el que se percibe como más atractivo suele capturar mayor demanda, posicionamiento y margen. El registro

convierte esa diferenciación en un activo exclusivo y evita que terceros se apropien del valor comercial de la innovación estética. La protección puede recaer sobre múltiples elementos, como empaques, electrodomésticos e incluso interfaces gráficas de plataformas digitales (por ejemplo, una aplicación o un sitio web).

En Colombia, el registro se concede por un término improrrogable de 10 años contados desde la fecha de presentación de la solicitud y no exige pagos de mantenimiento. Concedido el registro, el titular puede impedir la explotación por terceros no autorizados, incluyendo la fabricación, importación, oferta, introducción en el comercio o uso comercial de productos que incorporen o reproduzcan el diseño protegido, o uno sustancialmente similar, fortaleciendo su entrada al mercado y su capacidad de capturar valor frente a imitaciones.

2.2.2. Procedimiento para su protección

Para obtener el registro, el solicitante debe aportar los datos de identificación del titular y de los diseñadores, y la representación gráfica del diseño cuya protección se busca. En diseños bidimensionales, suele bastar una vista completa; en diseños tridimensionales, deben presentarse tantas vistas como sean necesarias para una comprensión clara; y en diseños animados (secuencias), deben incluirse y enumerarse las imágenes que permitan entender el movimiento o la progresión.

Presentada la solicitud, la SIC verifica requisitos formales y, si procede, ordena su publicación. Desde la publicación, terceros pueden presentar oposición dentro de los 30 días siguientes (prorrogables una sola vez por un término igual), y el solicitante cuenta con un plazo equivalente para responder y sustentar la concesión, si decide controvertirla.

Superada la etapa de oposiciones, la SIC examina la novedad: que el diseño no sea idéntico a uno ya conocido y que, frente a diseños previos, las diferencias sean sustanciales y no meramente secundarias. Con base en ello, decide conceder o negar el registro; contra esa decisión procede el recurso de apelación.



2.2.3. Flujo de procedimiento

Registro de Diseño Industrial en Colombia



2.2.4. Registros internacionales

La protección de los diseños industriales es territorial: un registro en otro país no produce efectos automáticamente en Colombia. Si el diseño es relevante para la estrategia de entrada o expansión en el mercado colombiano, debe presentarse una solicitud nacional ante la SIC y surtir el procedimiento local. Esto es particularmente relevante porque Colombia no es parte del Sistema de La Haya .

2.2.5. Excepciones y exclusiones

Entre las causales de irregistrabilidad, se excluyen los diseños cuya apariencia esté determinada exclusivamente por consideraciones técnicas o por la necesidad de cumplir una función técnica, sin un aporte estético atribuible al diseñador.

En otras palabras, si la forma del producto es “la única posible” para que funcione, ese resultado no se protege por la vía de diseño industrial.

3. SECRETO EMPRESARIAL

3.1. Definición y alcance

El secreto empresarial es cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica posee legítimamente y que puede usarse en actividades productivas, industriales o comerciales. Para considerarse como tal, debe cumplir tres condiciones: ser secreta (no conocida ni accesible fácilmente en sus círculos habituales), tener valor comercial por ser secreta, y estar sujeta a medidas razonables para mantenerla

oculta. El alcance de la protección abarca información sobre la naturaleza, características o finalidad de productos, así como métodos de producción, distribución o comercialización, datos de clientes y proveedores, estrategias de marketing, proceso y resultados de investigación, información sobre la organización propia de la empresa y cualquier otra información que tenga un valor por su carácter secreto.

3.2. Procedimiento para su protección

Los secretos empresariales no se registran ni otorgan por una autoridad competente como sucede con otras modalidades de protección de la propiedad intelectual, pues la protección existe siempre que el poseedor legítimo de la información haya tomado medidas razonables para mantener la información en secreto y prevenga sobre el carácter confidencial a todas las personas dentro y fuera de la organización que por cualquier razón deban tener acceso a la información, tales como socios, empleados, contratistas, colaboradores y aliados.

3.3. Excepciones y exclusiones

El alcance de la protección excluye la información que está en dominio público; aquella que se ha compartido de manera no confidencial; la que las empresas están obligadas a presentar ante autoridades cuando la divulgación es necesaria para el cumplimiento legal, como en el caso de las solicitudes de patente; la información que debe ser divulgada por disposición legal o mandato judicial, excepto cuando se entrega exclusivamente para obtener licencias, permisos, autorizaciones, registros u otros similares; y los datos de prueba requeridos para la aprobación de la comercialización de productos farmacéuticos o químicos agrícolas, cuando su divulgación es necesaria para proteger al público.

4. VARIEDADES VEGETALES

4.1. Definición y alcance

El derecho de obtentor se otorga a la persona natural o jurídica que haya desarrollado y terminado una nueva variedad vegetal. El derecho faculta a su titular para impedir que terceros realicen, sin su previo consentimiento, actos de comercialización y posesión para fines de comercialización con el material de reproducción, propagación o multiplicación de la variedad protegida. En Colombia, el registro se concede por un término improrrogable de 20 años para especies de ciclo corto y 25 años para especies de ciclo largo, contados desde la fecha del acto administrativo que otorga el Certificado de Obtentor y la vigencia del derecho está supeditada al pago de tasas anuales de mantenimiento.

4.2. Procedimiento para su protección

Se debe presentar una solicitud ante la División de Semillas del ICA, junto con un cuestionario técnico, el recibo de pago de las tasas correspondientes a la presentación, publicación y examen técnico. Además, deberá indicar la denominación genérica con la que se identificará la nueva variedad y entregar una muestra viva para que el ICA realice el examen DHE de Distinguibilidad (que sea diferente a las variedades comúnmente conocidas), Homogeneidad (que sea suficientemente uniforme en sus características esenciales, teniendo en cuenta las variaciones previsibles según su forma de reproducción) y Estabilidad (que los caracteres esenciales de la variedad vegetal se mantengan inalterados de generación en generación y al final de cada ciclo de reproducción, multiplicación o propagación). Si el examen DHE ha sido realizado o está en proceso por la autoridad de otro país, se puede solicitar la homologación de

dicho examen. La variedad deberá cumplir con el requisito de novedad, esto es, que no haya sido comercializada en países de la Comunidad Andina (CAN) más de un año antes de la solicitud. Para países distintos a la CAN, se aplican los siguientes plazos: si la variedad es de ciclo corto, no debe haberse comercializado más de 4 años antes, y si es de ciclo largo, más de 6 años antes.

4.3. Flujo de procedimiento

Flujograma del proceso de registro de variedades vegetales ante el ICA



4.4. Registros internacionales

La protección es territorial: un registro en otro país no produce efectos automáticamente en Colombia.

4.5. Excepciones y exclusiones

El titular no puede impedir el uso de la variedad protegida cuando se realiza en el ámbito privado con fines no comerciales, a título experimental, o para obtener y explotar una nueva variedad. Tampoco se lesiona el derecho si el agricultor reserva y siembra para su propio uso hasta una tonelada de arroz, hasta 800 kilos de soya y hasta 60 kilos de algodón.

4.5.1. Registros nacionales y protección internacional de intangibles

ACTIVO DE PI	MECANISMO DE EXTENSIÓN TERRITORIAL	PLAZO TÍPICO PARA REIVINDICAR PRIORIDAD	CLAVES PRÁCTICAS
Patente de invención/MU	Convenio de París (prioridad) + posibilidad de PCT para ampliar plazo de entrada a países miembros.	12 meses (patentes).	Si la estrategia es proteger en varios países, el PCT sirve para ganar tiempo (hasta 30 o 31 meses, según país) antes de entrar a fases nacionales y ofrece reducción de tasas. Colombia es un país estratégico de primera presentación por el monto de sus tasas de presentación en comparación con otros países.
Diseño industrial	Convenio de París (prioridad) para presentar luego en otros países.	6 meses (diseños).	En diseños, el tiempo corre muy rápido; si la estrategia es proteger en otros países, hay que decidirlo pronto para no perder prioridad.
Marcas	1) Sistema de Madrid (OMPI). 2) Registros directos país por país. 3) Registros regionales (p. ej., EUIPO).	6 meses desde la solicitud inicial para reclamar prioridad.	Evaluar mercados objetivo y asegurar disponibilidad antes de lanzar el producto.
Nombre comercial / Enseña	Protección territorial; requiere registro/depósito individual por país.	Sin plazo de prioridad.	Documentar uso real en cada mercado.
Obras	Convenio de Berna: protección automática en más de 180 países desde la creación.	No aplica prioridad.	Registrar obras como medio de prueba; asegurar cadena de titularidad antes de adquirir derechos.

ACTIVO DE PI	MECANISMO DE EXTENSIÓN TERRITORIAL	PLAZO TÍPICO PARA REIVINDICAR PRIORIDAD	CLAVES PRÁCTICAS
Secreto empresarial	Su valor depende de mantenerlo secreto	N/A	Tomar todas las medidas necesarias para que la información se mantenga secreta en cualquier parte del mundo
Variedades vegetales (derecho de obtentor)	La reivindicación de prioridad para variedades vegetales proviene del Convenio Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales (Convenio UPOV). Colombia se adhirió a la revisión de UPOV 78.	12 meses	Si la estrategia es proteger en otros países, se debe evitar incluir la variedad en un registro de cultivares ni divulgarla para que no se afecte el requisito de distinguibilidad, ni comercializarla para que no se afecte el requisito de la novedad.

5. DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

5.1. Derecho de autor y derechos conexos en la economía del conocimiento y las industrias de contenidos

En la economía digital, los activos intangibles son un componente central del valor empresarial. El derecho de autor protege las creaciones artísticas y literarias que generan valor en sectores como el editorial, musical, audiovisual, de software, de videojuegos, de publicidad y marketing, y de e-learning y contenidos digitales.

En Colombia, la protección nace automáticamente con la creación de la obra, siempre que su autor sea una persona natural, y sea original (resultado del sello personal del autor y no copia de una obra previa). El mérito o destino de la obra no es relevante para su protección.

5.2. Contenido del derecho de autor y los derechos conexos

5.2.1. Derechos morales de autor y conexos

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Titularidad	Permanecen en cabeza del autor
Duración	Perpetuos
Características	Intransferibles, irrenunciables e inembargables

Los cinco derechos morales de autor son:

1. ***Paternidad:*** *ser reconocido como creador de la obra.*
2. ***Integridad:*** *oponerse a deformaciones o modificaciones que afecten la reputación del autor.*
3. ***Ineditud:*** *decidir si y cuándo divulgar la obra.*
4. ***Modificación:*** *alterar la obra después de publicada, con indemnización previa.*
5. ***Retiro:*** *retirar la obra del mercado, con indemnización previa.*

5.2.2. Derechos patrimoniales de autor

CARACTERÍSTICA	DESCRIPCIÓN
Transferibles	Sí, incluso por presunción legal en ciertos casos (ej. contratos laborales)
Temporales	Generalmente vida del autor + 80 años o 70 años para personas jurídicas
Características	Renunciables y embargables

Los cinco derechos patrimoniales de autor son:

1. ***Reproducción:*** *obtener copias físicas o digitales.*
2. ***Comunicación pública:*** *acceso del público sin entrega de copias.*
3. ***Distribución:*** *comercialización de copias físicas.*
4. ***Transformación:*** *adaptaciones o modificaciones de una obra protegida.*
5. ***Importación:*** *ingreso de copias al país.*

5.2.3. Derechos conexos

TITULAR	CONTROL SOBRE…
Artistas intérpretes o ejecutantes	Grabación, reproducción y comunicación pública de sus interpretaciones (derechos morales y patrimoniales).
Productores de fonogramas	Reproducción, distribución y comunicación pública de fonogramas (derechos patrimoniales).
Organismos de radiodifusión	Retransmisión, fijación y reproducción de emisiones (derechos patrimoniales).

5.3. Registro de derecho de autor y derechos conexos

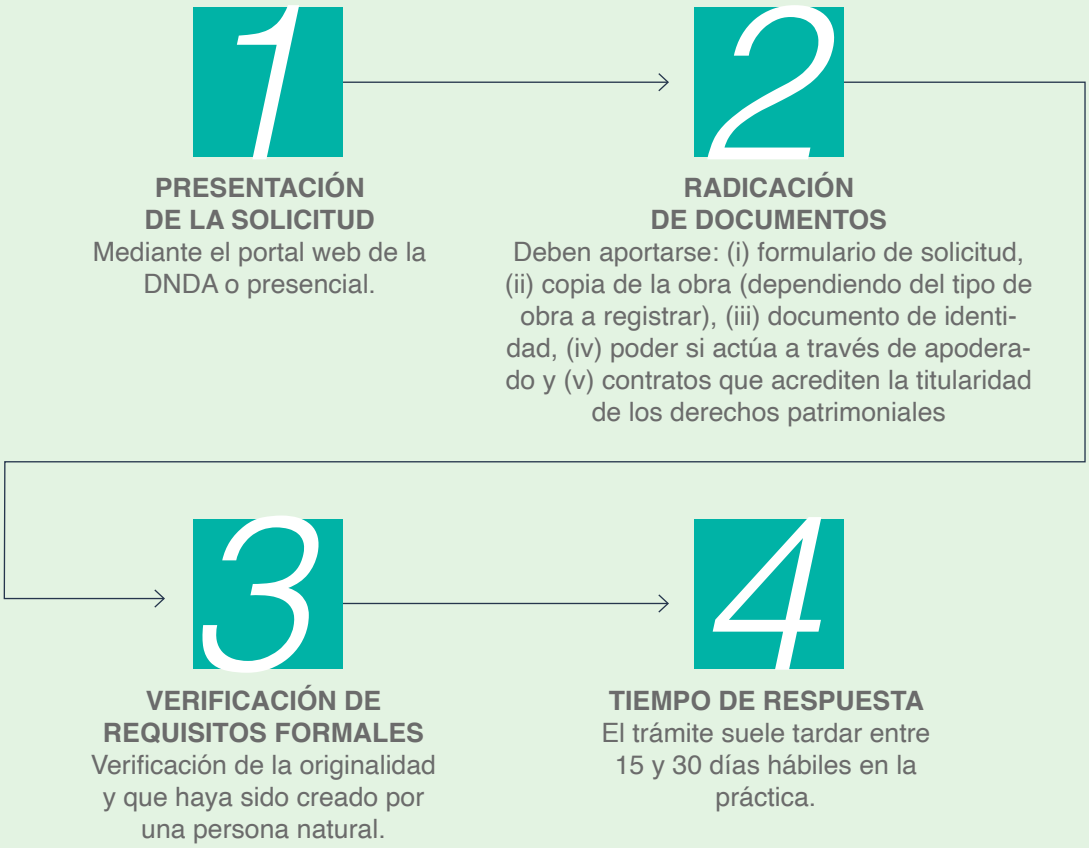
El registro no es obligatorio, pero es recomendable porque (i) facilita la prueba de titularidad, (ii) acredita la fecha de creación, (iii) permite oponibilidad frente a terceros y (iv) es útil en procesos de M&A y control del inventario de activos intangibles.

El trámite se realiza ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), de forma virtual (portal web de la DNDA: www.derechodeautor.gov.co) o presencial, aportando (i) formulario de solicitud, (ii) copia de la obra (dependiendo del tipo de obra a registrar), (iii) documento de identidad y, (iv) poder si actúa a través de apoderado. El trámite suele tardar entre 15 y 30 días hábiles en la práctica.

Se pueden proteger por derecho de autor las obras literarias, musicales, audiovisuales, software, bases de datos, fotografías y obras de arte, entre otros. Por el contrario, no son protegibles las ideas o conceptos, métodos o sistemas, formas o procedimientos, obras del dominio público y noticias del día.

Debe tenerse en cuenta que el registro de los contratos de cesión o licencia sí es requisito para efectos de oponibilidad frente a terceros, efectos probatorios plenos y seguridad jurídica en las transacciones.

Flujograma del proceso de registro de obras ante la DNDA



5.4. Observancia y defensa del derecho de autor y los derechos conexos

1. ***Medidas preventivas:*** *(i) registrar obras y contratos, (ii) usar cláusulas de confidencialidad, (iii) implementar medidas tecnológicas de protección, y (iv) establecer políticas de uso de material protegido y capacitación de empleados.*
2. ***Acciones extrajudiciales:*** *(i) carta de cese y desistimiento, (ii) negociación directa, (iii) y mediación o conciliación.*
3. ***Acciones judiciales:*** *(i) proceso civil para cese de infracción, indemnización, destrucción de ejemplares ilícitos, publicación de sentencia y medidas cautelares, y (ii) acción penal que procede por infracción de derechos morales y/o patrimoniales o por la violación de medidas tecnológicas de protección.*

5.4.1. Mapa de activos de propiedad intelectual en Colombia

ACTIVO / FIGURA	¿QUÉ PROTEGE?	AUTORIDAD / DÓNDE SE GESTIONA	¿CÓMO SE OBTIENE?	DURACIÓN TÍPICA	PUNTOS CLAVE
Marca	Productos o servicios en el mercado	SIC	Solicitud + examen formal y de fondo	10 años desde concesión (renovable indefinidamente)	Derecho de uso exclusivo. Oponibilidad frente a terceros. Los derechos nacen con el registro, no con el uso.
Lema comercial	Frase o leyenda accesoria que complementa una marca	SIC	Solicitud + examen formal y de fondo	10 años desde concesión (renovable indefinidamente)	Accesorio a una marca principal. Su protección se limita a la protección de la marca.
Nombre comercial / enseña	Nombre de un comerciante o de establecimiento comercial	SIC (no hay registro, hay depósito)	Solicitud + examen formal	Indefinida mientras se mantenga el uso efectivo	El derecho se adquiere por el uso, no por el depósito. El depósito es declarativo. No requiere renovación. Se pierde si cesa el uso.
Patente de invención	Soluciones técnicas nuevas (producto/proceso)	SIC	Solicitud + examen de patentabilidad	20 años desde presentación (sin prórroga ordinaria)	Útil para tecnología dura. Exige novedad mundial
Modelo de utilidad	Mejoras técnicas/funcionales a objetos (menor umbral)	SIC	Solicitud + examen	Usualmente 10 años (según régimen aplicable)	Alternativa más rápida/realista para mejoras incrementales.
Diseño industrial	Apariencia externa (forma, configuración, ornamentación)	SIC	Registro (enfocado en novedad del aspecto)	Usualmente 10 años (según régimen aplicable)	Clave para producto/UX física. Evitar que el diseño sea “solo funcional”.
Secreto empresarial	Información confidencial con valor comercial (know-how, fórmulas, listas, algoritmos, procesos y cualquier otra información que tenga valor por su carácter secreto)	No hay “registro”; se protege mientras se mantengan medidas razonables para mantenerla secreta	Protección por gestión (políticas, NDA, controles)	Mientras se mantengan medidas razonables para mantenerla secreta	En M&A y JV: due diligence de medidas de confidencialidad. Sin medidas se pierde la protección.

ACTIVO / FIGURA	¿QUÉ PROTEGE?	AUTORIDAD / DÓNDE SE GESTIONA	¿CÓMO SE OBTIENE?	DURACIÓN TÍPICA	PUNTOS CLAVE
Derecho de autor	Obras literarias, artísticas, científicas, software, fotografías, entre otros	DNDA	Solicitud + verificación de requisitos formales	Persona natural: vida del autor + 80 años. Personas jurídicas: 70 años desde publicación.	No requiere registro para protección, el registro es declarativo. Otorga derechos morales y patrimoniales.
Personas jurídicas: 70 años desde publicación.	Interpretaciones y ejecuciones; fonogramas; emisiones de organismos de radiodifusión	DNDA	Solicitud + verificación de requisitos formales	Persona natural: vida + 80 años. Personas jurídicas: 70 años desde primera publicación o emisión.	Protegen las interpretaciones, ejecuciones y producciones, no las obras originales. Otorga derechos morales y/o patrimoniales.
Derechos conexos	Interpretaciones y ejecuciones; fonogramas; emisiones de organismos de radiodifusión	DNDA	Solicitud + verificación de requisitos formales	Persona natural: vida + 80 años. Personas jurídicas: 70 años desde primera publicación o emisión.	Protegen las interpretaciones, ejecuciones y producciones, no las obras originales. Otorga derechos morales y/o patrimoniales.
Variedades vegetales (obtentor)	Nuevas variedades que cumplan con requisitos de distinguibilidad, homogeneidad y estabilidad (DHE)	ICA	Solicitud + examen técnico DHE	25 años para vides, árboles forestales, árboles frutales incluidos sus portainjertos y 20 años para las demás especies	
Denominaciones de origen	Productos cuyas características se deben a factores geográficos y humanos	SIC	Solicitud + examen formal y de fondo	Indefinida mientras se mantengan las condiciones de la declaración de protección	Derecho colectivo, titular es el Estado (SIC puede delegar administración). La autorización de uso tiene vigencia de 10 años, renovables.

5.4.2. Requisitos de registrabilidad / protección

FIGURA	REQUISITOS CLAVE	CAUSALES TÍPICAS DE RECHAZO / RIESGO	EVIDENCIA / BUENAS PRÁCTICAS
Marca	Distintividad y susceptibilidad de representación gráfica	Falta de distintividad: signos genéricos/descriptivos/de uso común; confusión con signos anteriores; signos engañosos; entre otros.	Búsqueda de antecedentes marcarios; delimitación precisa de productos y servicios; evitar signos débiles.
Patente de invención	Novedad mundial, nivel inventivo, aplicación industrial	Divulgación previa (papers, pitch decks, ferias); obviedad; falta de soporte; materia excluida.	NDA + control de divulgación; estrategia de filing temprana; redacción robusta (ejemplos).
Modelo de utilidad	Novedad + ventaja técnica/funcional (umbral menor).	Divulgación previa; falta de ventaja técnica; obviedad alta.	Documentar mejora; prototipos/ensayos; filing antes de comercializar.
Diseño industrial	Novedad del aspecto (apariencia) y que no sea puramente funcional.	Diseño ya divulgado; variación mínima; diseño dictado por función.	Dibujos/fotos consistentes; líneas discontinuas para elementos no reivindicados (si aplica); control de divulgación.
Secreto empresarial	Información no divulgada + valor comercial + medidas razonables de reserva.	Información conocida en la industria; acceso amplio sin controles; contratos sin NDA; repositorios abiertos.	NDA/NNN; políticas internas; control de accesos; marcación “confidencial”; logs; capacitación.
Derecho de autor	El autor debe ser una persona natural y la obra debe ser original.	Obra generada por IA sin aporte humano; falta de originalidad; ideas; obras de dominio público.	Registrar obras como medio de prueba; asegurar cadena de titularidad antes de adquirir derechos; documentar proceso creativo si hay IA involucrada; contratos de cesión o licencia claros y precisos.
Derechos conexos	Interpretación/ejecución artística; producción de fonogramas; emisión de radiodifusión	Falta de fijación de la interpretación; uso sin autorización del autor/productor/artista	Registro como medio de prueba; contratos con intérpretes/productores; licencias de uso; gestión colectiva (sociedades de gestión).
Variedades vegetales	Novedad + distinguibilidad + homogeneidad + estabilidad (DHE).	No nueva o no cumple con requisitos DHE.	Documentación técnica; ensayos; estrategia de mercado/territorios; no comercializar ni inscribir en registro cultivares sin antes presentar solicitud de derechos de obtentor.

5.5. El "clearance" o "due diligence" en el proceso creativo

Es el proceso de verificación y obtención de autorizaciones necesarias para usar material protegido en una nueva creación. Es habitual en producción audiovisual y musical, publicidad y marketing, desarrollo de software y videojuegos, y publicaciones editoriales, entre otros.

Se recomienda usar el siguiente protocolo:

1. *Inventario de todo el material a usar.*
2. *Identificación de autores y titulares de derechos.*
3. *Verificación de vigencia de protección (dominio público o excepciones).*
4. *Determinación de los derechos necesarios según el uso a efectuar.*
5. *Negociación de licencias (territorio, plazo, medios, contraprestación).*
6. *Formalización de contratos por escrito.*
7. *Creación de archivo con la documentación asociada al clearance.*

6. CONTRATOS RELACIONADOS CON PROPIEDAD INTELECTUAL

CONTRATO	¿PARA QUÉ SE USA?	CLÁUSULAS MÍNIMAS	¿REQUIERE INSCRIPCIÓN?	IMPLICACIÓN TRIBUTARIA
Cesión	Transferir titularidad	Identificación del derecho; precio; garantías	Inscribir para oponibilidad	Amortización fiscal de intangibles adquiridos
Licencia de uso (exclusiva/no exclusiva)	Explotación con regalías, no cambia titularidad	Alcance/territorio/plazo/exclusividad/royalties/auditoría	Inscripción para oponibilidad	Retención/deducibilidad/ según caso
Cesión de derechos patrimoniales de autor y conexos	Transferir explotación económica de obra	Identificación de la obra; alcance de la cesión; modalidades de uso; territorio; plazo; remuneración.	Debe constar por escrito (requisito de validez). Registro en DNDA para oponibilidad	Renta / deducibilidad según el caso.
Franquicia	Expansión comercial	Licencia de marca + know-how + estándares.	No hay registro único; depende de licencias subyacentes	Retención/deducibilidad/TP; separar componentes
Joint venture / colaboración	Codesarrollo y explotación	Aportes (incl. PI), titularidad de resultados, licencias cruzadas, salida.	Documentar aportes/cesiones/licencias	TP y tratamiento fiscal depende de estructura
NDA / confidencialidad	Sostener secreto empresarial/know-how	Definición, medidas, plazo, sanciones.	No	Soporta valor del intangible y razonabilidad de pagos
Garantías mobiliarias/gravámenes sobre PI	Colateral financiero	Identificación del activo; obligación; ejecución.	Sí, para publicidad de la garantía y prioridad frente a acreedores	Impacta valuación y flujos

7. CHECKLIST PARA INVERSIONISTAS

7.1. Buenas prácticas en cuanto a acciones mínimas

A. Antes de invertir o firmar (due diligence)

- *Identificar qué activos intangibles son críticos: marca, software, know-how, diseños, patentes, contenido, datos.*
- *Verificar titularidad real: ¿están a nombre de la sociedad correcta (matriz/filial)? ¿hay cesiones firmadas?*
- *Revisar cadena de derechos en software y creatividad: empleados, contratistas, freelancers, agencias.*
- *Confirmar licencias de terceros (software open source, música, imágenes, datasets, APIs) y riesgos de incumplimiento.*
- *Revisar si existe vigilancia y disputas: oposiciones, nulidades, demandas, cartas de cese y desistimiento.*

B. Marcas:

- *Identificar los signos que se quieren registrar como marca, así como los productos y servicios que se pretenden identificar.*
- *Hacer búsqueda de antecedentes previa a la solicitud de registro.*
- *Asegurar que la marca sea usada directamente o a través de terceros autorizados (por ejemplo, mediante contratos de distribución/franquicia/licencia).*

C. Patentes y diseños industriales

- *Si hay invención: definir estrategia de presentación (patente vs modelo de utilidad vs secreto).*
- *Si el valor está en apariencia/forma: evaluar diseños industriales (y controlar divulgaciones).*
- *Implementar política general de "no divulgación antes de presentación"*

D. Secreto empresarial

- *Crear o actualizar: NDA, cláusulas de confidencialidad en empleo y proveedores.*
- *Segmentar accesos: repositorios, drive, CRM, código, documentación técnica.*
- *Manual básico: clasificación de información, marcación, capacitación, procedimiento ante incidentes.*

E. Contratos esenciales

- *Plantillas: cesión/licencia, desarrollo de software, distribución, franquicia, fabricación, joint venture.*
- *Cláusulas críticas: titularidad de mejoras, sublicencias, auditoría, confidencialidad, no competencia (si aplica), resolución, ley aplicable.*
- *Definir si conviene registrar/inscribir ciertos actos para oponibilidad frente a terceros (según figura).*

F. Operación continua

- *Implementar vigilancia de marcas para efectos de oposiciones.*
- *Calendario de vencimientos: renovaciones, plazos de oposición/contestación, expansión internacional (reivindicación de prioridad).*
- *KPIs básicos: portafolio, costos, incidentes de IP, licencias vigentes.*

7.2. Libertad de operación

En materia de patentes, el análisis de libertad de operación consiste en comparar, de forma detallada, las características de un producto o proceso con patentes concedidas o en trámite

en un territorio específico, para identificar si su fabricación, uso o comercialización podría infringir derechos vigentes.

Este análisis permite detectar, antes de invertir o lanzar, obstáculos legales que puedan impedir operar en un mercado (por ejemplo, restricciones para fabricar, usar, vender un producto o realizar un procedimiento). No hacerlo incrementa el riesgo de demandas por infracción, bloqueos comerciales y daños reputacionales. Realizarlo oportunamente facilita evaluar opciones de licenciamiento, ajustar el diseño del producto o proceso ("design-around") e identificar oportunidades de innovación.

8. OBSERVANCIA Y VIGILANCIA

La observancia en materia de propiedad intelectual comprende el conjunto de medidas destinadas a prevenir, detectar y reaccionar frente al uso no autorizado de activos intangibles. Una estrategia de observancia bien diseñada reduce riesgos comerciales, al permitir, entre otros, identificar oportunamente infracciones o riesgos de infracción, prevenir pérdida de mercado y evitar el deterioro de la marca, y asegura que el registro no sea solo un título formal, sino una exclusividad efectiva en el mercado, tal como está llamado a proporcionar.

8.1. Medidas de vigilancia

Suele estructurarse en tres frentes:

i. ***Vigilancia registral:*** *monitoreo de publicaciones y solicitudes ante las autoridades competentes para detectar terceros que intenten registrar o proteger activos similares o confundibles, con el fin de evaluar la presentación oportuna de oposiciones y acciones administrativas.*

ii. ***Vigilancia de mercado y canales digitales:*** *seguimiento de puntos de venta, distribuidores, importaciones, marketplaces, redes sociales y publicidad para detectar imitaciones, uso indebido de marcas, copias de empaques/diseños, contenidos no autorizados o prácticas engañosas.*

iii. ***Vigilancia contractual y de cadena de valor:*** *control del cumplimiento de acuerdos de licencia, distribución, franquicia, fabricación y confidencialidad, incluyendo auditorías razonables, trazabilidad de proveedores y verificación de sublicencias, para evitar desviaciones del alcance autorizado y fugas de información sensible.*

8.2. Recomendaciones

Para que la observancia sea eficiente, se recomienda:

1. ***Definir prioridades del portafolio:*** *identificar activos "críticos" y asignarles mayor intensidad de monitoreo.*
2. ***Integrar vigilancia con negocio:*** *establecer canales internos de reporte (comercial, ventas, marketing, supply chain) y criterios de escalamiento (qué se tolera, qué se negocia, qué se litiga).*
3. ***Reaccionar temprano:*** *ante señales de infracción, actuar con rapidez puede reducir expansión del daño y mejora la posición probatoria.*
4. ***Documentar evidencia:*** *conservar capturas, muestras, facturas, publicidad, URLs, fechas, y cualquier elemento que pruebe uso o comercialización. La evidencia temprana puede ser determinante para medidas cautelares.*
5. ***Alinear contratos con observancia:*** *licencias, franquicias y distribución deben incluir cláusulas de control de calidad,*

cooperación en enforcement, facultad de inspección razonable, manejo de infracciones de terceros y reglas claras de terminación.

6. ***Gestionar confidencialidad como activo:*** *para secretos empresariales, complementar NDAs con medidas internas (accesos, segmentación, políticas, capacitación) para mantener la información protegida y exigible*

8.3. Acciones judiciales y medidas cautelares

Cuando la infracción persiste o el riesgo comercial es alto, pueden activarse acciones judiciales (según el derecho afectado) para obtener, entre otros, el cese de la conducta, indemnización de perjuicios y medidas para retirar productos o corregir el mercado.

Las medidas cautelares son un mecanismo fundamental: buscan evitar que el daño se agrave mientras avanza el proceso. Pueden incluir órdenes de suspensión de uso o comercialización, retiro de publicaciones o publicidad, inmovilización de mercancía, preservación de evidencia, y otras medidas según el caso. Para su éxito debe demostrarse **(i) la titularidad o legitimación sobre el derecho, (ii) indicios serios de infracción o riesgo inminente, y (iii) la necesidad y proporcionalidad de la medida frente al daño que se busca evitar.**

COLOMBIA CO

