



**Universidad del
Rosario**

Imitación de la Denominación de Origen “Sombrero Vueltiao”: un análisis desde la competencia desleal y la propiedad industrial como hecho violatorio a la buena fe comercial.

The imitation of the Denomination of Origin “Sombrero Vueltiao”: an analysis from the point of view of unfair competition and industrial property as a violation of good commercial practices.

Autor

Paola Valentina Púa Martínez

Director

Dra. Clara Carolina Cardozo Roa

Título por el que opta: Abogada

Facultad de Jurisprudencia

Jurisprudencia

Universidad del Rosario

Bogotá - Colombia

2025

ABSTRACT

This research addresses the problem of the imitation and sale of the Denomination of Origin “Sombrero Vueltiao”, cultural symbol of the Zenú community, from a legal perspective. It analyzes its distinctive characteristics, as a denomination of origin, as well as the rights of the Zenú Community and the tension between respect for cultural identity and unfair commercial practices. Through a perspective that combines industrial property, competition law and Andean regulations, it is examined whether the unauthorized reproduction of this traditional good constitutes an infringement of commercial good faith. It also critically examines the legal mechanisms in force and a comparative analysis of these protected signs in different jurisdictions.

Keywords: denomination of origin, cultural identity, intangible property, unfair competition.

RESUMEN

La presente investigación aborda la problemática de la imitación y venta de la Denominación de Origen “Sombrero Vueltiao”, símbolo cultural de la comunidad Zenú, desde una perspectiva jurídica. Se analizan sus características distintivas, como denominación de origen, así como los derechos que le asisten a la Comunidad Zenú y la tensión existente entre el respeto a la identidad cultural y las prácticas comerciales desleales. A través de una perspectiva que combina la propiedad industrial, el derecho de la competencia y la normativa andina, se examina si la reproducción no autorizada de este bien tradicional constituye una infracción a la buena fe comercial. Asimismo, se hace un examen crítico de los mecanismos

legales vigentes y un análisis comparado de estos signos protegidos en diversas jurisdicciones.

Palabras clave: denominación de origen, identidad cultural, propiedad industrial, competencia desleal.

Índice

1. Introducción

2. De la denominación de origen:

2.1. Definición

2.2. Ámbito de protección

2.3. La denominación de origen frente a otros mecanismos de protección de productos creados por varias personas.

2.4. Caso concreto del sombrero vueltiao- tejeduría Zenú

2.5. Derecho a la identidad cultural indígena

3. Protección jurídica

3.1. La óptica del Gobierno Nacional: expedición de la Resolución 439 de 2013

3.2. Desde la propiedad industrial: Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina

3.3. Desde el derecho de la Competencia

3.3.1. Definición

3.3.2. Manifestaciones de interés en el caso de estudio: actos de imitación y explotación de la reputación ajena.

4. Conclusiones

5. Referencias

1. Introducción

El 2012 y 2013 resultaron ser los años en que el país presencié, en mayor medida, la comercialización, prohibición y posterior contrabando de uno de sus productos con denominación de origen: el Sombrero Vueltiao. A principios de enero de 2013, Congresistas habrían reportado la afectación de al menos 50.000 familias por la llegada de estos productos desde China (El Tiempo, 2013). Es así como a mediados de ese mismo mes el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Resolución 439 de 2013, ordenan la suspensión de la producción, comercialización o venta de todo sombrero que imitara, evocara o se asemejara al Sombrero Vueltiao.

No obstante, la discusión de los llamados “sombreros chinos”, no terminó en dicha ocasión. De hecho, con el posterior debut de la Selección Colombia en la Copa América 2024, el Gobernador de Córdoba decidió ofrecer a cada jugador un Sombrero Vueltiao original para “evitar que siguieran usando el chino” (Semana, 2024). De manera que, la presencia de sombreros hechos en China aún se configura como una de las preocupaciones de la sociedad Colombiana, específicamente para el Resguardo Indígena Zenú.

El análisis de esta problemática requiere considerar la configuración del territorio Zenú bajo la figura sociopolítica colonial de *resguardo* que, en el caso de San Andrés de Sotavento, fue legalmente constituido en 1773 en los hoy departamentos correspondientes a Córdoba y Sucre (Larraín, 2015). Se presume que tan solo cerca del 13% de sus miembros se encuentran asentados en las cabeceras municipales de San Andrés de Sotavento, Tuchín, Chinú, Sampués, Sincelejo y Palmito, mientras que el 87% restante se encuentra en área rural (Samper, 2000, como se citó en Larraín, 2015).

Ahora bien, la práctica de la tejeduría, además de considerarse el sustento económico de quienes lo elaboran, reviste especial importancia para la identidad de la colectividad Zenú, siendo el ejemplar más reconocido, el sombrero vueltaio (Larraín, 2009, como se citó en Vargas et al., 2021). Asimismo, si bien su producción desencadenaba en el uso casi que exclusivo de la población campesina e indígena, hoy en día se trata de una prenda de gran interés por varias industrias, gracias al reconocimiento adquirido (Trocha, 2019, como se citó en Vargas et al., 2021).

Por su parte, podríamos decir de manera preliminar que el derecho colombiano protege por medio del derecho comercial y la propiedad intelectual (esta última específicamente a través de la propiedad industrial) el derecho que le asiste a los artesanos frente a la imitación. Pese a lo anterior, ¿son los mecanismos de defensa por competencia desleal y por infracciones marcarias, los más idóneos para proteger la denominación de origen desde una perspectiva de los derechos económicos y culturales ante los productos de imitación?

Con base en lo anterior, esta monografía se introduce en el derecho de propiedad intelectual, el derecho comercial y el derecho a la identidad cultural indígena. Así, se hará referencia a la denominación de origen, haciendo énfasis en la tejeduría de caña flecha Zenú y, a su vez, a los retos que ha tenido que enfrentarse en los últimos 15 años en materia de actos de competencia desleal e infracciones a la propiedad intelectual. Especialmente, acciones que han encontrado su auge a partir del contrabando de productos de imitación con origen chino

Es por esto por lo que el objetivo principal de la presente investigación consistirá en evaluar los mecanismos de defensa existentes en materia de competencia desleal e infracciones marcarias en la protección del Sombrero Vueltiao como un producto con denominación de origen. Objetivo general que será satisfecho a partir del desarrollo de determinados objetivos específicos, a saber:

- i) Establecer la importancia de la denominación de origen en materia cultural y económica;
- ii) Analizar las diferencias entre las denominaciones de origen y otras creaciones colectivas como las marcas colectivas y;
- iii) Documentar la normativa y jurisprudencia correspondientes a la competencia desleal e infracciones marcarias.

La hipótesis que se defenderá en el presente escrito es que Colombia, a pesar de contar con disposiciones normativas que exalten el valor cultural del Sombrero Vueltiao como un producto con denominación de origen, no cuenta con un margen de protección específico diferente al contemplado en materia de competencia desleal e infracciones marcarias. Un marco que contemple las disposiciones del derecho comercial pero a su vez, las disposiciones de carácter cultural y territorial asociados a las denominaciones de origen, que permitan una diferenciación en materia de protección a estos productos.

Con el propósito de satisfacer los objetivos de investigación, es necesario acudir a la metodología de revisión documental, fundamentalmente teniendo en cuenta la recopilación de leyes, jurisprudencia nacional y normas comunitarias andinas como fuentes primarias y lo correspondiente a doctrina mercantil nacional e internacional como fuentes secundarias.

De este modo, el estudio de casos permite la comprensión de aquella realidad que se pretende analizar, específicamente a través del “cómo” o “por qué” se da lugar a determinado fenómeno en un contexto real (Yin, 1994, como se citó en Ugalde y Balbestre, 2013). Razón por la cual la investigación documental como parte de la investigación cualitativa resulta relevante para el caso en concreto.

Por su parte, las denominaciones de origen y su vínculo con la propiedad industrial y el derecho de la competencia, han sido analizados en algunos estudios, aunque no de manera masiva- especialmente cuando pretende hacerse énfasis en los factores culturales de la denominación de origen-. No obstante, se puede inferir que hay una disposición común, por parte de algunos particulares, de analizar de una u otra medida, el sistema de protección de estas denominaciones.

López y Niño (2021), en su investigación “Reconocimiento de los textiles de chinchoero como denominación de origen en el marco de la decisión 486 de la comunidad andina de naciones”, establecen la importancia de las denominaciones de origen como institución jurídica a favor del consumidor. No obstante, reconocen igualmente la importancia que adquiere para los productores en un contexto económico, cultural, social y turístico. Asimismo, destaca para el caso de los Textiles de Chinchoero, la importancia del conocimiento tradicional, como parte del factor humano que comprende el concepto de denominación de origen. Se trata entonces de un estudio relevante para el contexto de la presente investigación toda vez que propone elementos de derecho constitucional, ligados a la propiedad industrial.

En ese mismo sentido, Palacio (2023), a través de su escrito “El factor natural en las denominaciones de origen otorgadas para artesanías en Colombia”, además de resaltar el

valor cultural de las denominaciones de origen y la vinculación que esta tiene con la definición misma, resalta el la ventaja de asociatividad que la denominación representa para los productores. Además, plantea un interrogante respecto del factor natural de las DO artesanales, pues no en todos los casos de estudio, el producto cuenta con características naturales especiales, ni mucho menos condicionan su calidad¹.

Ceballos (2021) observa que, en el caso colombiano, no resulta suficiente entregar las herramientas de propiedad industrial, pues existe una falta de identificación de las comunidades indígenas sobre estos. Asimismo, pone de presente la renuencia que tienen algunos grupos étnicos a la propiedad industrial, en tanto la ven como la legitimación de la malversación del conocimiento y de los recursos de los pueblos con fines comerciales². Demostrando que, a pesar de gozar estos grupos con especial protección constitucional, perciben estos sistemas como un mecanismo que disminuye el valor de sus sistemas de conocimiento y creencias.

Vargas, Fuentes y Piracoca (2020), insisten en lo que sería un sistema jurídico sui generis con el objetivo de proteger las expresiones culturales tradicionales de las comunidades indígenas en la industria de la moda. Sistema que, debería propender por la compensación justa a los grupos étnicos por el uso de sus conocimientos, a través de acuerdos contractuales y herramientas de control.

Las mencionadas investigaciones, a pesar de significar una base sólida para el estudio de las denominaciones de origen y su protección jurídica, brindan mayormente una

¹ A diferencia del sombrero vueltiao que guarda estrecha relación con su medio natural.

² Como especialmente resalta de la tejeduría zenú, altamente promovida por terceros ajenos a la comunidad que pretenden beneficiarse en el ámbito jurídico, financiero y administrativo.

perspectiva desde el derecho constitucional, sin ahondar en disposiciones de carácter comercial.

Es por esto por lo que el presente trabajo de investigación resalta cómo la denominación de origen del Sombrero Vueltiao se encuentra intrínsecamente ligada a las tradiciones de la comunidad Zenú, por lo que la regulación comercial debe respetar y salvaguardar sus derechos culturales y económicos. Así, la investigación resulta relevante toda vez que pretende enriquecer los estudios sobre competencia desleal e infracciones a la propiedad industrial, proporcionando una perspectiva integral que considere la protección legal del sombrero, así como el respeto cultural.

Asimismo, facilita el análisis y estudio de otros productos con denominación de origen en el país. De manera tal que pueda ser explorado el ecosistema comercial en el que cada uno de ellos se desarrolla y permita entrever los posibles problemas a los que se enfrentan.

2. De la denominación de origen:

2.1. Definición

La denominación de origen encuentra sus inicios en Francia durante el siglo XIV, donde la concentración de poblaciones en áreas específicas y su acceso a materias primas determinadas conllevaron a que los productores usaran los nombres geográficos en sus marcas (Errázuriz, 2020, p. 208). Se trataba de una consecuencia natural de la existencia de productos con una reputación y la relación significativa que tenían con las características del lugar y su tipo de elaboración. Es lo que sucedió específicamente con el queso Roquefort, a quien el rey Carlos V otorgó el derecho exclusivo de usar este nombre para el queso madurado en las cuevas locales de esta ciudad (Errázuriz, 2020, p.208). Asimismo, a través de las regulaciones que a finales de siglo especificaban la prohibición en designar el vino de una región con un nombre distinto al de su elaboración (Schiavone, 2003, como se citó en Errázuriz, 2020, p. 208).

Posteriormente, en 1883 tuvo lugar en París lo que se denominaría la base mundial más antigua y extensa orientada a combatir la circulación internacional de productos con indicaciones de procedencia falsas, el Convenio internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Quintero, 2004, p. 5). El mencionado, tenía como propósito fijar lo que serían las normas mínimas de aplicación internacional en lo que respecta a concesión, regulación y tratamiento jurídico de patentes de invención, modelos de utilidad, diseños o modelos industriales, marcas comerciales y de servicio, así como las indicaciones de procedencia y denominaciones de origen (Corte Constitucional, 2006). Elementos que al ser utilizados más allá de las fronteras estatales, deben ser objeto de acuerdo entre los Estados,

en aras de fortalecer la seguridad jurídica en las relaciones que implican el reconocimiento a la propiedad industrial (Corte Constitucional, 2006).

En ese mismo sentido, se encontró el Arreglo de Madrid de 1891 que sanciona las designaciones de origen fraudulentas y el Arreglo de Lisboa de 1958³, donde en su artículo 2º brinda la definición de las denominaciones de origen, entendidas como la designación de un producto a través de su denominación geográfica (como país, región o localidad), y cuya calidad y reputación se deba a partir del medio geográfico (comprendiendo factores naturales y humanos). Al tiempo, este último aborda lo concerniente a la protección de dichas denominaciones, especialmente a través del registro internacional con el objetivo de establecer un sistema multilateral de salvaguarda. Finalmente, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), que se destaca como el acuerdo multilateral con mayor alcance en sentido geográfico y de número de países miembros involucrados (Quintero, 2004). No obstante, frente a este último es necesario hacer una serie de precisiones conceptuales.

Las indicaciones geográficas son definidas por el ADPIC, de la siguiente manera:

(...) indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. (Londoño, 2009, p.42)

³ Modificado el 28 de septiembre de 1979.

Con base en ello, el comité de expertos ha señalado que al contrastar las definiciones de indicación de procedencia, indicación geográfica y denominación de origen; la primera corresponde al género y las dos últimas a la especie (Londoño, 2009, p.43). Lo anterior toda vez que la indicación de procedencia requiere exclusivamente que el producto proviene de una zona geográfica. De manera tal que todas las indicaciones geográficas y denominaciones de origen serán indicaciones de procedencia, pero no al revés por la especificidad de estas. Ni tampoco todas las indicaciones de origen serán denominaciones de origen (Londoño, 2009).

Conforme al Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual- en adelante OMPI- (2001), la denominación de origen constituye una categoría especial dentro de las indicaciones de procedencia, en la medida en que su uso está reservado a productos cuyas cualidades y características derivan de manera exclusiva o esencialmente a su origen. En este sentido, la relación entre el producto y su entorno geográfico es determinante para su reconocimiento y protección legal. Ejemplos emblemáticos de denominaciones de origen protegidas incluyen "Bordeaux" para el vino, "Noix de Grenoble" para las nueces, "Tequila" para los licores y "Jaffa" para las naranjas (OMPI, 2001).

Asimismo, en materia de regulación regional, se encuentra la Decisión 486/2000⁴ (en adelante La Decisión) de la Comunidad Andina que establece en el art. 201 y subsiguientes, lo relativo a las denominaciones de origen. Sobre el particular, la mencionada decisión las define como:

⁴ Reglamentada por el Decreto 2591/2000 y la Resolución 210 del 2001 en el ordenamiento nacional.

Una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos. (Art. 201).

Así, se establece como la manera de distinguir un producto conforme a una zona geográfica determinada que influye en aspectos como su calidad o reputación, teniendo en cuenta los factores naturales y humanos. Definición que propone una doble conexión, a saber i) entre el lugar geográfico y la producción y; ii) la calidad del producto y el lugar, de manera tal que no resulte fácil la desvinculación entre la denominación y las características del territorio (Barco, 2007, p. 28).

Autores como Barco (2007, p. 32) consideran que estas denominaciones cuentan con tres funciones específicas: i) la defensa ante el fraude; ii) la diferenciación como estrategia empresarial y; iii) desarrollo regional. No obstante, autores como Robles (2002, pp. 27 y 38) estiman que se trata de las nuevas trampas proteccionistas que pretenden monopolizar el uso de determinados nombres comunes y alterar el normal funcionamiento de los mercados competitivos.

Por otro lado, Londoño (2009, p. 43) hace referencia a los elementos esenciales⁵ para que un producto sea reconocido como una denominación de origen, donde nos centraremos exclusivamente en uno: la reputación, calidad o característica que se ocasione en el lugar específico del cual se origine. Frente a este primer término “reputación”, se encuentran similitudes con las expresiones “notorio” y “prestigio”⁶. Para cumplir con este requisito característico de una denominación de origen, pueden utilizarse como medios probatorios los mismos documentos, datos o información empleados para acreditar la notoriedad de un signo. No obstante, es fundamental enfatizar el reconocimiento de una calidad específica vinculada al producto, dado que la protección de una denominación no debería fundamentarse únicamente en su amplio reconocimiento, sino en el hecho de que dicha notoriedad se derive de sus atributos distintivos y particulares. (Londoño, 2009)

Y es que esta precisión resulta relevante toda vez que, de conformidad con el artículo 224 de La Decisión⁷, las denominaciones de origen entran igualmente en la esfera de protección de los signos distintivos notoriamente conocidos⁸. Clasificación que permite, con base en el artículo 231 de La Decisión, impedir a tercero usar en el comercio un signo idéntico o similar: i) causando confusión⁹; ii) causando al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial¹⁰. Lo

⁵ i) Una denominación de una zona geográfica políticamente reconocida, al menos por la generalidad del público; ii) que se utilice con el propósito de clasificar un producto autóctono de la zona y; iii) que exista una calidad, característica o reputación.

⁶ Londoño, 2009, p. 45,

⁷ Artículo 224.- Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.

⁸ Ibidem

⁹ Remisión del artículo 231 a las actividades descritas en el artículo 155. Literal d.

¹⁰ Remisión del artículo 231 a las actividades descritas en el artículo 155. Literal e

anterior entendiendo el uso a partir de la introducción del comercio, venta, distribución e importación¹¹.

Prerrogativa que se consigna, igualmente, en el artículo 214, tratándose específicamente de las denominaciones de origen, donde se consigna que el uso que cree confusión por parte de personas no autorizadas, se tendrá en cuenta como una infracción al derecho de propiedad industrial. De manera que, resulta algo claro: aún si se quiere ver de forma unipersonal la denominación de origen o como una dualidad con los signos distintivos notoriamente reconocidos, el uso por terceros no autorizados acarrea la infracción al derecho de propiedad industrial.

2.2.Ámbito de protección

La efectiva protección jurídica de las denominaciones de origen se justifica en los distintos intereses que estas resguardan. Primeramente, se ha hablado de un mecanismo de protección frente a los intereses de los consumidores; en segundo lugar de los intereses de los productores y, por último, del interés general (Millán, 2012).

En el campo de la protección al consumidor, se considera imperativo que el agente que adquiere el producto, obtenga información veraz y suficiente de él (Tamayo, 2002). Asimismo, que no sea inducido en error o indebida asociación (De Sousa, 2015) . De esta manera, al aplicarse dicha denominación sobre elementos con determinada calidad garantizada y reconocimiento, se convierte en un voto de confianza para el público (De Sousa, 2015). El producto que cuenta con una Denominación de Origen adquiere un valor

¹¹ Artículo 156 de la Decisión 486/2000.

significativo, ya que su sola mención genera en el público una inclinación a preferirlo sobre otros, debido a la garantía de calidad y autenticidad que dicha denominación implica y su diferencia con otros productos del mismo género (De Sousa, 2015). De ahí que se refleje la pretensión del legislador comunitario de la fijación de dicha etiqueta de calidad, al permitir mayor confianza del consumidor respecto del producto y las características de este (Quintero, 2004).

Seguidamente, se encuentra la protección al interés de los productores y empresarios. otorgándoles mecanismos de defensa ante casos de competencia desleal por parte de otros actores del mercado. De esta manera, entre los fabricantes de un producto con denominación de origen, esta certificación asegura condiciones equitativas de competencia (Millán, 2012). No obstante, si bien se encuentran autores¹² que posicionan dicha protección a un segundo plano, para la Superintendencia de Industria y Comercio (s.f.) trata del elemento principal aquel prestigio o reconocimiento de un producto, resultado del trabajo conjunto de un grupo de personas, que ha sido adquirido a través de su esfuerzo por mantener las características del producto originado en la determinada zona geográfica. De hecho, este fue el caso de la Asociación de Productores de Loza del Carmen de Viboral, quienes al momento de solicitar la Denominación de Origen, tuvieron que demostrar, además del lugar de origen del producto, que su producción contaba con cualidades, reputación, tradición y condiciones que lo hacían especiales (Molano et al., 2017). De manera que, en conjunto con la búsqueda de protección frente a la competencia desleal, los productores también pretendían hacer valer aquellos elementos culturales, naturales y humanos que incidían en el proceso de elaboración (Molano

¹² Como Millán (2012).

et al., 2017). Así, tal como dispone Errázuriz (2010), en las denominaciones de origen, el origen geográfico juega un rol fundamental, pues sirven como signos de tradiciones de larga data en los procesos y la calidad esperada respecto de determinados productos.

Por último, encontramos la protección del interés general, que se traduce en los beneficios económicos de la zona, al ser usada la denominación por productores y empresarios (Millán, 2012). Especialmente en el caso de productos agroalimentarios, se hace referencia a la mejora de la renta de los agricultores y el establecimiento de la población rural (Millán, 2012). Al tiempo, se hace énfasis en que la competencia leal no solo atañe al interés privativo de comerciantes, sino a la sociedad por hacer parte del funcionamiento eficiente del mercado en su sentido amplio (Otero, 2009). De esta manera, el interés general se protege desde la función económica y social de la denominación de origen, impulsando el desarrollo de la industria regional, la preservación del patrimonio cultural y la contribución al bienestar de la población dentro de la zona geográfica (Quintero, 2004).

En conclusión, desde el punto de vista jurídico es posible establecer que las denominaciones de origen encuentran su ámbito de aplicación en la protección del consumidor contra el engaño o indebida asociación, siendo una garantía del producto frente a su calidad, así como también en la protección al productor que espera mantener su identidad en el mercado y, por último, pero como eje transversal, la protección del mercado mismo (Tamayo, 2002).

2.3.La denominación de origen frente a otros mecanismos de protección de productos creados por varias personas: caso marcas colectivas.

La producción artesanal indígena ha sido comúnmente concebida como una actividad manual por pueblos originarios, mediante la cual obtienen el sustento de su familia (Barrera, 2014). A través de la puesta en marcha del proyecto Implementación de Derechos de Propiedad Intelectual de las Artesanías Emblemáticas de Colombia, llevado a cabo por Artesanías de Colombia, se pensó que la protección jurídica de estas debía estar orientada hacia las marcas colectivas y las denominaciones de origen (Barrera, 2014). A pesar de ser útiles, demuestran limitaciones en la protección de conocimientos tradicionales ante apropiaciones no autorizadas, así como autorizadas- normalmente asociadas a la apropiación cultural (Ceballos, 2021)¹³-. Empero, vale la pena mencionar dos de las diferencias más importantes, teniendo en cuenta que pueden ser confundidas por su naturaleza colectiva.

Como primer punto, la marca colectiva hace referencia a un signo distintivo usado por un colectivo de personas, bien sea a través de asociaciones o cooperativas, con el propósito de identificar productos y servicios que cuentan con características comunes (Ceballos, 2021). En contraste, la denominación de origen es una indicación geográfica que permite que productos con determinada calidad, reputación y características naturales y humanas del entorno, sean diferenciados (Barrera et al., 2014) De manera tal que, mientras la denominación de origen requiere del vínculo entre producto y lugar de origen, la marca colectiva no cuenta con esta relación territorial sino identitaria común entre productores (Barrera et al., 2014).

La segunda diferencia radica en que la marca colectiva está bajo el control de un titular, como lo son las organizaciones legalmente constituidas, asociaciones de productores,

¹³ Ceballos, 2021.

fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios mientras que, en el caso de las denominaciones de origen, la titularidad recae en el Estado (López y Niño, 2021).

2.4. Caso concreto del Sombrero Vueltiao- Tejeduría Zenú

En el año 2003, la Representante a la Cámara, Eleonora Pineda radica en el Congreso de la República un proyecto de ley “ por el cual se declara Símbolo Cultural de la Nación el Sombrero Vueltiao, y se hace un reconocimiento a la cultura del pueblo Zenú asentada en los departamentos de Córdoba y Sucre”. En palabras de la excongresista¹⁴, el objeto del proyecto residía en reconocer la labor de los ancestros, así como consolidar en las futuras generaciones su trascendencia y significancia. Tras el éxito de la iniciativa en ambas corporaciones del Congreso, es sancionada como la Ley 908 de 2004. De manera tal que la tradición Zenú, manifestada específicamente a través del sombrero vueltiao, pasó de tener un reconocimiento popular, a un reconocimiento legal como símbolo cultural de la Nación, visibilizando su cultura y tradición.

En este contexto, resulta relevante comprender la composición demográfica y las condiciones de vida de los Zenú, quienes constituyen el tercer grupo indígena más numeroso del país (Dane, 2005, como se citó en Larraín, 2012). El 87% de la población se encuentra asentada en zonas rurales, mientras que el 13% restante habita en áreas cercanas y en los municipios de San Andrés de Sotavento, Tuchín, Sampués, Chinú, Sincelejo y Palmito (Serpa, 2000, como se citó en Larraín, 2012).

¹⁴ Consignadas en la exposición de motivos del texto radicado y publicado en la gaceta 576/03.

Lo que se explica con la incorporación del maíz, ya que para la comunidad trajo consigo un fenómeno cultural, generando cambios en las dinámicas sociales, económicas y en la distribución del trabajo familiar dentro de comunidades antes caracterizadas por su estilo de vida seminómada o con asentamientos esporádicos (Puche, 2018). Impulsó el desarrollo de nuevas técnicas y actividades productivas, incluyendo la elaboración de trenzados con fibras blandas y duras, el perfeccionamiento de la cerámica y otras prácticas artesanales. Estas innovaciones enriquecieron las experiencias locales y promovieron la aparición de estilos culturales propios, en sintonía con la creatividad, el ingenio y la estética de las comunidades que adoptaron estos conocimientos (Puche, 2018). A su vez, dice Puche (2001, como se citó en Larraín, 2012), trajo consigo el origen del Sombrero Vueltiao, pues su cultivo significaba largas exposiciones al sol. Asimismo, creen en la orfebrería como prueba de la antigüedad del sombrero, toda vez que hay figuras humanas usando elementos similares al trenzado de la caña flecha (Larraín, 2012).

Hoy en día, el sombrero cuenta con una iconografía propia de la comunidad (llamadas pintas), que representan la conexión de su pueblo con la naturaleza (Ceballos, 2021). Específicamente, hacen alusión a la cosmogonía Zenú, a elementos representativos de la fauna y flora local, así como a la diferenciación de los clanes y familias Zenú (Artesanías de Colombia, 2018).

Por su parte, la materia prima, caña flecha, conlleva un proceso de obtención, raspado, teñido y trenzado que se convierte en el sombrero vueltiao. Se trata de una serie de pasos establecidos y que el 23 de marzo de 2010, el Resguardo Indígena de San Andrés de Sotavento, solicitó la declaración de protección de denominación de origen “Tejeduría Zenú”. Solicitud que resultó en la Resolución 71097 de 2011 concediendo dicha salvaguardia, con

base en la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina y habiendo acreditado los requisitos para ello. Dentro de estos últimos, se demuestra para la Tejeduría Zenú que:

- i. No es común o genérica para la identificación de sombreros.
- ii. No contraría las buenas costumbres o el orden público.
- iii. No tiene capacidad de inducir al error al consumidor sobre su origen geográfico toda vez que se delimitan a los municipios de Sampués, Sincelejo y San Antonio de Palmito en el departamento de Sucre y a los municipios de San Andrés de Sotavento y Tuchín en el departamento de Córdoba.
- iv. Cuenta con una calidad, reputación y características propias del medio geográfico así:
 - a) Dentro de los factores naturales, se reconoce la caña flecha como la materia prima, que ha sido previamente cultivada en el municipio de San Andrés de Sotavento. Proviene del territorio Zenú y presenta características determinadas por los factores naturales de la zona. Condiciones que impactan directamente en la calidad del insumo, cualidades estéticas así como funcionales del sombrero y reafirmando la relación entre el entorno natural y la artesanía producida (Palacio, 2023).
 - b) Los factores naturales requieren de un proceso de extracción, corte, desvarite, selección, blanqueado, tinturado, tejeduría en ribetes, costura y acabados.
 - c) Las técnicas empleadas para su tejido y diseño son el legado transmitido en generaciones artesanales.

A pesar de la protección concedida en 2011, los dos años siguientes fueron comercializados en el país alrededor de un millón de réplicas de sombreros vueltaios

provenientes de la provincia Zhejiang, China (Larraín et Uscátegui, 2020). La primera versión del comienzo de la producción refería a los ejemplares que unos turistas chinos se llevaron al visitar el resguardo Zenú; mientras que la segunda apuntaba al obsequio que había hecho la delegación colombiana en Expo Shanghai (Larraín et Uscátegui, 2020).

Lo que sí era cierto era que la *Cangnan Fanlin Arts and Gifts Company Limited*, habría afectado al menos 50.000 familias por la llegada de estos sombreros desde China (El Tiempo, 2013). Mientras en Tuchín- el municipio donde mayormente se fabrica este producto- el precio de un sombrero oscilaba en \$150.000 COP, uno de origen chino costaba \$10.000 COP (El Espectador, 2013). Situación de la que algunos vendedores se aprovecharon en temporada alta, cambiando las marquillas por algunas con denominaciones más autóctonas tales como “vallenato”, “Alejo” o “100% colombiano” (BBC, 2013).

Es así como a mediados de enero de 2013, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en conjunto con la Superintendencia de Industria y Comercio, expiden la Resolución 439 de 2013, ordenando la suspensión de la producción, comercialización o venta de todo sombrero que imitara, evocara o se asemejara al Sombrero Vueltiao. En la mencionada, la Directora de Investigaciones de Protección al Consumidor señaló que resulta violatoria a la ley (específicamente lo correlativo al derecho de los consumidores) la comercialización de estos productos cuando, además de pretender reproducir, imitar, asemejar o evocar al protegido, pretende sustituirlo en el mercado. Conducta para la cual se definió la imposición de multas de hasta mil salarios mínimos legales mensuales vigentes (1.000 S.M.L.M.V.) a partir de la promulgación del acto administrativo.

Pese a los esfuerzos del Gobierno Nacional, que instó a las diversas entidades que lo conforman, a ejercer un control sobre las importaciones y comercialización de “sombreros

chinos”, la discusión no terminó ahí. De hecho, en 2024 con el debut de la Selección Colombia en la Copa América, el Gobernador de Córdoba ofreció a los jugadores un Sombrero Vueltiao original para “evitar que siguieran usando el chino” (Semana, 2024). De manera que, la presencia de estos productos aún se configura como una de las preocupaciones de la sociedad Colombiana, especialmente del Resguardo Indígena Zenú.

2.5. Derecho a la identidad cultural indígena.

La permanencia de sombreros chinos en el mercado, además de los riesgos comerciales que representa, atenta contra el valor social y cultural implícito en la Protección de las Denominaciones de Origen (Quintero, 2004). Lo que resulta inexplicable, entendiéndolo que las D.O pueden servir de herramienta para para la exportación de productos, facilitando la inmersión de los productos amparados en los mercados internacionales (Quintero, 2004). Esto último, igualmente, generando ventajas a nivel individual para cada productor, pero también un importante desarrollo industrial de la región, fomentando la identidad cultural de los pueblos (Quintero, 2004).

En relación con esta última, se resaltan los principios constitucionales que reconocen y protegen la diversidad étnica y cultural, específicamente contenidos en los artículos 1º, 7º y 70 de la Constitución Nacional. Por su parte, en el primero¹⁵ se hace referencia a la caracterización de Colombia como una República democrática, participativa y pluralista. (Corte Constitucional, 2008). Este último concepto como una garantía frente a las diversas

¹⁵ ARTÍCULO 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

concepciones del mundo por parte de las comunidades étnicas, además del carácter instrumental al permitirle que, a partir de sus formas de organización y costumbres, preserven elementos que los identifiquen como parte de un grupo (Corte Constitucional, 2023).

En consonancia, el artículo 7º constitucional¹⁶, estableciendo dos asuntos importantes, a saber: i) el reconocimiento estatal de la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana y, ii) la necesidad de protegerla. De manera tal que el ordenamiento no se conformó exclusivamente con reconocer y admitir la existencia de diversas etnias y culturas dentro del territorio, sino que además exige su protección como característica de la Nación Colombiana (Corte Constitucional, 2008)

Por último, el artículo 70 superior¹⁷ donde recae en cabeza del Estado el deber de garantizar que los colombianos gocen de las mismas oportunidades para acceder a la cultura, así como de promocionar y promover dicho acceso. Resultando la cultura como uno de los fundamentos de la nacionalidad que el Estado, además, debe reconocer con la misma dignidad para todas aquellas demostraciones que convergen en el país (Corte Constitucional, 2008). Así, en palabras de la Corte Constitucional (2008)¹⁸, “la identidad nacional acogida por la Constitución Nacional es, entonces, una identidad pluralista. No presupone ni exige coincidencias. No implica homogeneidad. Todo lo contrario, se orienta a reconocer la riqueza de la diversidad”. Lo que ha permitido hacer visibles a aquellos grupos que históricamente

¹⁶ ARTÍCULO 7. El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana.

¹⁷ ARTÍCULO 70. El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional. La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.

¹⁸ Sentencia T 1105-08

se encontraron opacados, tales como las minorías étnicas y sus derechos constitucionales fundamentales. (Corte Constitucional, 2008)

De igual manera, esta protección ha avanzado gracias al desarrollo normativo enfocado en la salvaguardia del patrimonio cultural de las comunidades indígenas y, extensivamente, de comunidades vulnerables como las afrodescendientes. La Ley 397 de 1997 instituyó un aporte significativo, pues significó el desarrollo de los artículos 70, 71 y 72 de la Constitución Nacional referentes al patrimonio cultural, su definición, principios, y los fundamentos de aquellas expresiones que debían ser protegidas. Ley que con posterioridad fue modificada en diversos artículos por la Ley 1185 de 2008, además de parcialmente reglamentada mediante los decretos 833 de 2002, que regula el patrimonio arqueológico; 763 de 2009, referido al patrimonio mueble; y 2941 de 2009, que aborda el patrimonio inmaterial. A su vez, en cumplimiento con la Convención de La Haya de 1954, que busca la protección de los bienes artísticos en caso de conflicto armado, el Gobierno Nacional promulgó la Ley 1130 de 2007, la cual establece un protocolo jurídico para salvaguardar dichos bienes dentro del territorio nacional. (Ortiz, 2013)

A partir de lo expuesto, se puede concluir que el principio de diversidad étnica y cultural tiene su origen en las disposiciones constitucionales y legales mencionadas previamente, pues estas pretenden consolidar el pluralismo del Estado a partir del respeto frente a las diversas formas de vida y comprensión del mundo (Corte Constitucional, 2020). Del mismo modo, según la Corte Constitucional (2009) se establece como uno de los fines del Estado en materia cultural:

La búsqueda de la propia identidad personal y colectiva que ubique a la persona en su medio existencial en cuanto a su pasado (tradicción y conservación de su patrimonio

histórico y artístico), presente (admiración, creación y comunicación cultural) y futuro (educación y progreso cultural, investigación científica y técnica, y la protección y restauración del medio ambiente). (Corte Constitucional, 2009)

Frente a este propósito, se dice que la identidad cultural entonces puede concebirse como un conjunto de elementos distintivos que definen a una sociedad o grupo social, relacionadas con su modo de vida, tradiciones y creencias en diversas dimensiones, como la espiritual, material, intelectual y afectiva (Corte Constitucional, 2012). Particularidades que generan un sentimiento de pertenencia entre sus miembros y resultan de la interacción en dicho espacio social determinado (Corte Constitucional, 2012). Dicho lo anterior, se constituye como un derecho fundamental, tanto para el colectivo social, así como de cada una de las personas que pertenecen a él, e implica la convivencia pacífica y armónica basada en el respeto al pluralismo de todas las comunidades, las cuales son igualmente merecedoras de dignidad (Corte Constitucional, 2012).

De ahí que la Ley 397 de 1997 estableciera que la cultura cuenta con manifestaciones materiales e inmateriales; donde la primera remite a bienes muebles o inmuebles de importancia para el patrimonio cultural de los pueblos, mientras que la segunda hace alusión a “manifestaciones, prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales, que las comunidades y los grupos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural” (Corte Constitucional, 2011). Tratándose de un elemento por ser transmitido en el tiempo, genera vínculos con la memoria colectiva y la creatividad (Corte Constitucional, 2011).

En lo que concierne al conocimiento tradicional, como se indicó previamente, constituye una manifestación del patrimonio cultural intangible (Corte Constitucional, 2012). Este debe protegerse frente a su uso indebido o abusivo por parte de terceros, en tanto en dicho conocimiento reside la esencia misma de las comunidades, reflejando sus vínculos con los antepasados, la tierra, la cosmogonía y las actividades intelectuales desarrolladas en los ámbitos social, cultural y ambiental (Corte Constitucional, 2012) . El conocimiento tradicional de las comunidades étnicas constituye su identidad, y la apropiación indebida por poner en riesgo la continuidad y la integridad de la comunidad misma. Asimismo, vale la pena resaltar que cuenta con características específicas, a saber: i) es de carácter colectivo, es decir, no pueden guardarse en secreto; ii) Se perpetúan a lo largo de las generaciones y; iii) de ser necesario, se transforma de acuerdo a los requerimientos de la comunidad, por lo que resultan flexibles (Corte Constitucional, 2012).

3. Protección jurídica

3.1. La óptica del Gobierno Nacional: expedición de la Resolución 439 de 2013

Con la entrada de aproximadamente un millón de sombreros a territorio colombiano, se identifica una apropiación no consentida por parte de la empresa de origen chino, al elaborar versiones en material sintético sin mediar autorización por parte de los miembros del pueblo indígena (Barrera et al., 2014). A diferencia de los sombreros vueltiaos producidos bajo la técnica objeto de protección de la denominación de origen, estos eran de fibra plástica tejida a máquina (Barrera et al., 2014). Situación de la que los comerciantes en ciudades turísticas sacaron provecho al revenderlas, a precios bajos, en épocas de fiesta y carnavales (Barrera et al., 2014).

Así las cosas, en el 2013 la Superintendencia de Industria y Comercio expidió la Resolución 439 del 17 de enero de 2013, ordenando la suspensión de la producción, comercialización o venta de todo sombrero que pretendiera imitar, aparentar o evocar la denominación de origen “tejeduría zenú”, así como estableció las sanciones para quienes se encontraran en la cadena de producción, fabricación, venta, importación, distribución o cualquier forma de comercialización de estas imitaciones (SIC, 2013, como se citó en Vargas et al., 2021). Medida que, un mes después de su expedición, habría dejado aprehendidos aproximadamente 69.800 unidades en el puerto de Buenaventura (La República, 2013).

Se trata así, de una resolución que, en su parte motiva¹⁹, refiere la protección del producto por el insumo utilizado, las personas que proporcionan calidad al material y su apariencia, más no exclusivamente por el lugar de elaboración (SIC, 2013). En ese sentido, cuando lo que se pretende proteger no deriva únicamente en el nombre del producto asociado al origen, sino su apariencia- dadas por las características propias de este-, deriva en una infracción su reproducción o imitación, así como pretender sustituirlo en el mercado (SIC, 2013).

Implicaciones de su consideración desde la perspectiva del consumidor.

No obstante, en ese mismo numeral séptimo de las consideraciones, se introducen una serie de argumentos ligados con el consumidor, así:

SÉPTIMO: (...) En el caso de la denominación de origen, el consumidor tiene derecho a que en el mercado solamente el producto legalmente comercializable sea

¹⁹ Específicamente el numeral séptimo.

el que en efecto corresponde al producto protegido con denominación de origen y no imitaciones que pretendan sustituirlo, pues en ese caso, existiría una violación a sus derechos como consumidor.

Lo que permite que en los próximos dos numerales, la Superintendencia para establecer sus deberes como entidad, se valga de los derechos del consumidor a acceder a información adecuada y a recibir protección contra la publicidad engañosa, evitando causar un perjuicio para estos. Argumentos que derivan en la lectura de la necesidad de proteger una denominación de origen, casi que exclusivamente, por los derechos del consumidor y no en la protección de los derechos indígenas sobre sus conocimientos (Aguirre, 2018). Así, aunque dicha Superintendencia reconoce el factor humano como un atributo inherente a la calidad del producto amparado por la denominación de origen, no parece ser la entidad encargada de garantizar los derechos de los pueblos indígenas sobre sus conocimientos tradicionales (Aguirre, 2018).

En palabras de Millán (2012), la denominación de origen debe responder, primordialmente, a la necesidad del consumidor de tener información clara sobre determinado producto para poder elegirlo sobre otro del mismo género. Posteriormente, deberán de ser cobijados los demás intereses, tal como se comentó en el apartado correspondiente al ámbito de protección de las denominaciones de origen.

En contraste, para autores como Montenegro y Cabrera (2018), si bien el consumidor puede estar interesado en la calidad y origen del producto, la declaración y posterior protección de la denominación de origen impacta, igualmente, en el bienestar de un sector o colectivo. Se le ve como una caracterización capaz de reducir costos de transacción de los

consumidores, pero también de favorecer el desarrollo regional, exaltar y dignificar los procesos de producción, su tierra y su gente, fomentando la conservación de conocimientos tradicionales propios de la identidad nacional y regional (Orozco, 2010, como se citó en Arancibia, 2016).

Restringir la discusión únicamente a los derechos de los consumidores, empaña la importancia social de las denominaciones de origen, que recae en el reconocimiento de formas de elaboración propias de un conglomerado social (García, 2021). Particularidades que permiten el reconocimiento de un determinado producto, así como la protección para una región o zona geográfica (García, 2021).

De hecho, sería desconocer parcialmente el concepto mismo de las DO pues, como se explicó, este incluye factores naturales y humanos (Palacio, 2023). Dentro de estos últimos, se hace referencia a experiencias, técnicas utilizadas para su fabricación y conocimientos tradicionales. De manera que se habla intrínsecamente de una figura jurídica que guarda relación con la cultura, costumbres y tradiciones de la comunidad (Palacio, 2023). Posición que ha sostenido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (2007)²⁰ al establecer que son estos factores los que otorgan al producto cualidades distintivas y lo diferencian de otros bienes similares.

Simplificar la denominación de origen a los derechos de los consumidores, asimismo, impide ver los beneficios de la formalización y de la asociatividad de los artesanos que pretenden impulsar la comercialización de sus productos autóctonos (Palacio, 2023). Las marcas colectivas, las marcas de certificación y las denominaciones de origen son signos

²⁰ A través del proceso 76-IP-2007.

distintivos vinculados a una colectividad (Jaime, s.f.). No obstante, en el caso de las DO, se trata de un bien colectivo, a diferencia de las otras dos, donde es concedido un derecho subjetivo a favor de un particular (Jaime, s.f.).

Se habla entonces de una población artesana que ha sido reconocida como vulnerable, donde al menos el 31,5% son indígenas que transmiten sus conocimientos sobre determinado oficio mediante la tradición familiar (Artesanías de Colombia, 2019, como se citó en Palacio, 2023). La inclusión de herramientas de propiedad intelectual resulta relevante- como la salvaguarda que representan las denominaciones de origen- para las artesanías y la situación de vulnerabilidad al promover la integración de los artesanos al sector productivo (Palacio, 2023). Así, al considerar únicamente los derechos de los consumidores vulnerados frente a una imitación de una DO, se minimizan los esfuerzos de asociatividad desplegados por los artesanos Zenú.

Si bien el derecho del consumidor permite el funcionamiento del libre mercado, entre otras, a través de la obligación de transmitir información veraz entre productores y consumidores, como se ha visto, no es lo único amenazado por las infracciones a los signos distintivos (Varón et al., 2023).

La denominación de origen de artesanías, como es el caso del sombrero vueltiao, tiene la virtualidad de fortalecer el tejido empresarial a través de la asociatividad. Igualmente respecto del tejido social y la identidad local, por cuanto preserva conocimientos tradicionales, el patrimonio cultural y genera un sentimiento de orgullo que deviene en amor por lo propio y el sentido de arraigo. Particularidades que también justifican tal protección y se encuentran en peligro ante las infracciones (Zarama, como se citó en Jaime, 2023).

3.2.Desde la propiedad industrial: Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina

La Decisión 486 del 14 de septiembre de 2000 de la Comisión de la Comunidad Andina (CAN), marcó un punto importante para el fortalecimiento del régimen de propiedad industrial de los países miembros. Estableció una normativa común que impulsó el desarrollo de diversos mecanismos en torno a la propiedad intelectual a nivel regional (Puello & López, 2023). Asimismo, constituyó uno de los avances más relevantes en lo que concierne a la ampliación del ámbito de protección para el patrimonio biológico, genético y los conocimientos tradicionales (Mendoza, 2020). Esta ampliación adquiere una relevancia especial en el contexto andino, caracterizado por su biodiversidad y presencia de comunidades indígenas, afrodescendientes y campesinas que, a través de sus prácticas ancestrales, desempeñan un papel fundamental en la conservación de los recursos (Mendoza, 2020). En este sentido, la decisión no solo armoniza estándares jurídicos en materia de propiedad industrial, sino que también reconoce la necesidad de proteger los conocimientos colectivos como componente esencial del patrimonio inmaterial de la región (Mendoza, 2020).

Como se mencionó en la definición de las denominaciones de origen, el artículo 201 de La Decisión, las establece como: i) una indicación geográfica, compuesta por: el nombre de un país, región o lugar determinado, o una denominación que, sin ser el nombre exacto del lugar, hace referencia a una zona geográfica específica; ii) utilizada para designar productos originarios del país, región o lugar aludido; iii) que cuenta con una calidad, reputación u otras características derivadas de la forma exclusiva o esencial del medio

geográfico; iv) compuesto tanto factores naturales como humanos²¹, los cuales inciden directamente en las cualidades del producto.

La protección de una denominación de origen comienza, según lo establece el artículo 214, cuando la autoridad nacional competente emite su declaración. A partir de ese momento, cualquier uso no autorizado que pueda inducir a error o confusión en los consumidores — incluso si se emplean expresiones como “tipo”, “género” o “imitación”— se considera una infracción al sistema de propiedad industrial y puede ser sancionado (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2021). Además, dado que las decisiones de la Comunidad Andina tienen carácter obligatorio para los países miembros, estas normas no solo operan a nivel nacional, sino que también generan efectos jurídicos en toda la región, apoyándose en los principios del derecho internacional y el marco de integración supranacional que rige en el sistema andino (López & Niño, 2021).

En consecuencia, las disposiciones de La Decisión, fueron introducidas en el Código de Comercio, así como reglamentadas por el Decreto 2591/2000 y la Resolución 210 del 2001 (Quintero, 2004). Por su parte, la primera, en materia de las denominaciones de origen, establece en el capítulo VII dos cosas importantes, a saber: i) El registro de autorización de uso por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio a todas aquellas denominaciones de origen que hayan sido previamente tramitadas y; ii) que los trámites y procedimientos relacionados con las denominaciones de origen, se sujetarían a las disposiciones previstas para las marcas. No obstante, el Decreto 3081 de 2005, modificó

²¹ Donde son incluidos factores culturales, como el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina establece, en virtud del proceso 46-IP-2021, ante la consulta de la Sección Primera del Consejo de Estado de la República de Colombia.

parcialmente estas disposiciones, pues facultó a entidades públicas y privadas que representaran legítimamente a los beneficiarios de las DO, su autorización de uso-inicialmente reservado a la SIC-. Si bien esta delegación seguía suponiendo el procedimiento previo ante la SIC para la verificación de requisitos, se infiere que la medida pretendió una mayor descentralización, así como facilitar su administración por parte de actores más cercanos a las comunidades productoras.

Por otro lado, la Resolución 210 de 2001 en su capítulo V, especificó que para el registro de una DO, era necesario diligenciar el Formulario único de Registro de Signos Distintivos. Asimismo que, conforme al artículo 137 de La Decisión, la SIC podría negarse al registro cuando contara con indicios razonables sobre la existencia de actos propios de competencia desleal.

Frente a dicha irregistrabilidad, también el artículo 135 de La Decisión ha establecido:

Artículo 135.- No podrán registrarse como marcas los signos que:

(...) j) reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

De manera que se trata de una prohibición fundada en la mera posibilidad de que se induzca en engaño, así no se esté produciendo efectivamente en el momento (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2020). Por su parte, el engaño se produce cuando el signo provoca en el consumidor una percepción equívoca sobre aspectos esenciales del bien o servicio, tales como su naturaleza, características, procedencia o modo de elaboración

(Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2020). Así, conforme a la interpretación prejudicial del alto tribunal, los signos que inducen al error no cumplen con las funciones de los signos distintivos en cuanto, en vez de indicar características esenciales como su origen empresarial o su nivel de calidad, generan confusión en el consumidor o usuario y, así, enturbian el mercado (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2020). Por ello, tal restricción responde a la necesidad de proteger el interés general, específicamente, los derechos del consumidor frente a prácticas que puedan distorsionar su decisión de compra (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, 2020).

En ese sentido, además de la imposibilidad de su registro, el artículo 214, en consonancia con la interpretación prejudicial 474-IP-2016, establece que para declarar su infracción a los derechos de propiedad industrial, basta con acreditar el uso no autorizado de la DO. En otras palabras, que se use por parte de personas no autorizadas que cree confusión-entre un uso autorizado y uno no autorizado-.

Se trata entonces del reconocimiento de la existencia de un derecho real de naturaleza incorporal y cuyo elemento preponderante es de contenido patrimonial (Castro, 2009). Posición reforzada en el Convenio de París de 1883, como el instrumento que permite a los individuos gozar de la propiedad, especialmente aquella que proviene del trabajo, de las creaciones del intelecto, y es generadora de riqueza (Castro, 2009).

Las normas dispuestas en materia de propiedad intelectual e industrial establecen características diferentes a las contempladas para la propiedad tradicional, pues se otorga al titular un derecho exclusivo sobre la creación manifestado, en sentido positivo, en la facultad de usar, pero también en sentido negativo, de impedir- a través del *ius prohibendi*-, la utilización o explotación por personas diferentes, sin que medie autorización previa por parte

del titular del derecho (Jiménez, 2018). En el caso de las denominaciones de origen, se habla de una titularidad que recae en cabeza del Estado, sin embargo, pretende proteger colectivamente a productores, fabricantes y artesanos, por lo que les atribuye la facultad de ejercer el *ius prohibendi* en contra de otros productores ajenos a la DO, que pretendan engañar al consumidor (Tamayo, 2002).

Ahora bien, en virtud de las posiciones privilegiadas de los titulares de estos derechos, como lo son usar y prohibir a terceros la utilización o explotación comercial de su derecho, se da lugar a un monopolio legal dentro del mercado de libre competencia (Andrade, 2011). La exclusividad, igualmente, se encuentra circunscrita a un espacio temporal y territorial, lo que deriva en la obligación de los terceros de abstenerse a usarla, por la reserva que este tiene (Otero, 2009, como se citó en Andrade, 2011).

Ahora bien, teniendo en cuenta el artículo 214 de La Decisión y las mencionadas consideraciones, se da lugar a la figura del título XV, que corresponde a una acción especial ante la infracción de los derechos de propiedad industrial. Esta tiene por objeto detener y prevenir actos lesivos, impedir su continuación, así como neutralizar los efectos producidos, el reclamo de indemnizaciones, la solicitud de medidas cautelares y la reparación de los perjuicios que se hubieren causado.

En materia de legitimación por activa, el artículo 238 de La Decisión, dispone:

Artículo 238.- El titular de un derecho protegido en virtud de esta Decisión podrá entablar acción ante la autoridad nacional competente contra cualquier persona que infrinja su derecho. También podrá actuar contra quien ejecute actos que manifiesten la inminencia de una infracción.

Si la legislación interna del País Miembro lo permite, la autoridad nacional competente podrá iniciar de oficio, las acciones por infracción previstas en dicha legislación.

En caso de cotitularidad de un derecho, cualquiera de los cotitulares podrá entablar la acción contra una infracción sin, que sea necesario el consentimiento de los demás, salvo acuerdo en contrario entre los cotitulares.

De esta manera, puede colegirse que no basta la mera expectativa de la titularidad, y quedan excluidas aquellas personas que se encuentren en situaciones jurídicas que generan simples proyecciones del derecho (Andrade, 2011). Se necesita que este haya nacido a la vida jurídica a través de su registro y reconocimiento, conforme al sistema de adquisición de derechos, es decir, el sistema atributivo (Moure, 2002, como se citó en Andrade, 2011).

En cuanto al extremo demandado de la relación procesal, se establece que la acción debe de dirigirse en contra de quien perpetre actos de infracción o que, sin haberlos ejecutado, se configuren como una amenaza (Andrade, 2011). Así, como es posible su adecuación a una conducta que no ha sido finalizada, la legitimación en la causa por pasiva requiere del análisis sobre la actuación o conducta de quien se encuentre implicado, para conocer si, efectivamente sus acciones violentan- o tienen la virtualidad de violentar- los derechos de propiedad industrial (Andrade, 2011).

En cuanto al ejercicio de la acción, a pesar de ser los derechos de propiedad industrial, derechos con fundamento constitucional, la acción deberá ser evacuada a solicitud del interesado, mas no de oficio (Andrade, 2011). En el caso colombiano, dicha acción se encuentra revestida de una naturaleza rogada (Andrade, 2011).

Respecto de la vía procesal vale la pena mencionar que, si bien se trata de una controversia comúnmente se presentada entre sujetos de derecho privado, esto no es impedimento para que existan eventos en los que se vean involucradas autoridades públicas. En este supuesto conocerá, exclusivamente y conforme al artículo 152 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, la sección primera del Tribunal Administrativo de Cundinamarca. Por otro lado, de suscitarse entre particulares, será competente la jurisdicción ordinaria, específicamente un juez civil del circuito en primera instancia, conforme al artículo 20 del Código General del Proceso, Ley 1564 de 2012:

Artículo 20. Competencia de los jueces civiles del circuito en primera instancia. Los jueces civiles del circuito conocen en primera instancia de los siguientes asuntos:

(...)

2. De los relativos a propiedad intelectual que no estén atribuidos a la jurisdicción contencioso administrativa, sin perjuicio de las funciones jurisdiccionales que este código atribuye a las autoridades administrativas.

El citado, además de señalar el juez competente, introduce las funciones jurisdiccionales que el legislador le asignó a autoridades administrativas, posteriormente contenidas en el artículo 24, así:

Artículo 24. Ejercicio de funciones jurisdiccionales por autoridades administrativas. Las autoridades administrativas a que se refiere este artículo ejercerán funciones jurisdiccionales conforme a las siguientes reglas:

(...)

3. Las autoridades nacionales competentes en materia de propiedad intelectual:

a) La Superintendencia de Industria y Comercio en los procesos de infracción de derechos de propiedad industrial.

(...)

De forma tal que, en caso de presentarse una controversia, queda a criterio de la parte demandante la jurisdicción de su presentación, bien se trate de la jurisdicción ordinaria o de la SIC, como se mencionó.

Para el caso en concreto, a pesar de haber abordado la vía jurídica correspondiente a la propiedad industrial, resultan insatisfechos algunos criterios de protección, como lo son los derechos culturales. Específicamente, se cuestiona la posibilidad de reclamar, a través de perjuicios inmateriales²², el menoscabo a la identidad cultural por la vía de la jurisdicción ordinaria civil o si, al tratarse de un derecho colectivo, deberá proceder la acción de tutela.

3.3. Desde la competencia desleal

Definición

La Real Academia de la Lengua Española (RAE) sugiere que la competencia es la disputa existente entre dos o más sujetos sobre una cosa. De tal manera que, bajo el objeto de estudio, resulta como el enfrentamiento de las empresas por la clientela (Velandia, 2011). Para esto, la empresa orienta sus acciones a satisfacer las necesidades que previamente ha identificado en el consumidor, y así, busca el beneplácito del mercado (Velandia, 2011).

²² Con la dificultad que representaría determinar los legitimados en la causa por activa, al tratarse de un colectivo de personas.

Respecto de la actividad económica, la Constitución Nacional (1991) en su artículo 333 establece:

ARTICULO 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Así, si bien la competencia económica, tal y como resalta el artículo superior, es un derecho constitucional, también exige responsabilidades. Dicho reconocimiento que se les permite a los operadores económicos, no puede suponer el abuso a través de medios incorrectos, desleales e inmorales que socaven los intereses de los demás miembros del mercado, así como al sistema mismo (Jiménez, 2019). En consecuencia, se exige establecer unos lineamientos propios a las conductas de los empresarios, con fundamento en los criterios de la lealtad profesional y, así, proteger la competencia (Jiménez, 2019). No se trata de

regular todo comportamiento humano, sino del que se circunscribe en el marco de la competencia económica, entendida como la situación de empresas que rivalizan en el mercado (García, 2007, como se citó en Cruz, 2014).

En este contexto, la buena fe emerge como un principio transversal que encuentra su fundamento jurídico en el artículo 83 constitucional²³, un principio arraigado en nuestro sistema jurídico. Principio que la jurisprudencia ha definido como aquel que exige a los particulares y autoridades, adaptar su comportamiento a uno honesto, leal y conforme a lo que puede esperarse de una persona correcta (*vir bonus*) (Corte Constitucional, 2008). La buena fe implica la existencia de vínculos recíprocos con efectos jurídicos, y se fundamenta en la confianza, certeza y credibilidad que genera el compromiso asumido por las partes (Corte Constitucional, 2008). Superintendencia de Industria y Comercio (2006) lo ha consagrado como aquel deber que opera como barrera al abuso del derecho y que obliga a los sujetos en el ejercicio de sus derechos o cumplimiento de sus deberes, a actuar de manera honesta, leal y sincera. Asimismo, la Corte Constitucional ha explicado²⁴ que este ha dejado de ser solo un principio general del derecho para convertirse en un postulado constitucional, derivando en un papel más importante y concurrente en el orden jurídico. Esto significa que no solo orienta las relaciones entre particulares y con el Estado, sino que también se proyecta como un criterio que atraviesa todo el sistema legal. Por eso, la ley puede presumir su existencia en ciertas relaciones, reconociendo su importancia como base de confianza y equilibrio entre las partes (Corte Constitucional, 2008).

²³ ARTICULO 83. Las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquellos adelanten ante éstas.

²⁴ Mediante sentencia C-1194/08.

Dicho esto, el derecho de la competencia hace de los mercados el centro de regulación y de los agentes económicos los agentes a regular (Soriano, 1998, como se citó en Cardozo, 2019, p. 73). Es decir, el Estado a través de este corrige los problemas que se encuentran en el mercado, pretendiendo salvaguardar los intereses públicos que han podido verse menoscabados con ocasión a las actividades o conductas de otros competidores (Cardozo, 2019, p. 76).

En ese sentido, el derecho de la competencia, se compone de dos grandes grupos, a saber: i) las prácticas comerciales restrictivas y ii) la competencia desleal (Velandia, 2011). Las primeras, por su parte, condenan las conductas interempresariales o aisladas de operadores económicos que inciden de manera directa el mercado, buscando impedirlo, restringirlo o falsearlo (Jiménez, 2019). Por otro lado, las segundas pretenden generar condiciones desiguales en el mercado y, en consecuencia, un daño a la competitividad (Velandia, 2011).

Esta última surgió en el siglo XIX como una advertencia a los gremios, inicialmente, por conductas directamente relacionadas a la violación de la propiedad intelectual, utilización indebida de marcas comerciales y afectaciones en los consumidores y al mercado (Jiménez, 2019). Posteriormente, los operadores económicos se percataron de la necesidad de no asociar la competencia desleal, exclusivamente, a aquellos actos ligados a los signos distintivos, pues había una serie de comportamientos que suponían tomar ventaja a través de medios ilegítimos (Jiménez, 2019). Así, se habla de la perspectiva “profesional” del siglo

XX, enfocada directamente en los comerciantes y lo que sus conductas afectan a otros comerciantes, centrándose en la profesión²⁵ (Perilla, 2022).

Como reacción a este modelo, surgió el “modelo social”, que advertía la presencia de demás actores en el mercado y no solo los que ejercían la profesión en él, por lo que resultaba imperativo tutelar los intereses de los consumidores, así como el interés general (Perilla, 2022). De ahí que este modelo fuese acogido por lo que sería la ley de competencia desleal o, formalmente, la Ley 256 de 1996, que involucra a todos los actores del mercado, sean o no comerciantes y sin la exigencia de la relación de competencia²⁶ entre sujeto pasivo y activo (Perilla, 2022).

De esta manera, con fundamento en el artículo 10 bis del Convenio de París- donde se reconoce: i) los actos de competencia desleal como aquellas conductas contrarias a los usos honestos en materia industrial o comercial y; ii) la prohibición a los actos de confusión, las aseveraciones falsas y descrédito, así como las que inducen al error-, surge la Ley 256 de 1996. Por su parte, el artículo 7º de la Ley 256 de 1996, la define así:

(...)se considera que constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la

²⁵ Jiménez (2019), estableció que se trataba de un elemento necesario para su configuración típica, la existencia de una relación de competencia entre comerciantes.

²⁶ Artículo 3º. Ámbito subjetivo de aplicación. Esta Ley se le aplicará tanto a los comerciantes como a cualesquiera otros participantes en el mercado.

La aplicación de la Ley no podrá supeditarse a la existencia de una relación de competencia entre el sujeto activo y el sujeto pasivo en el acto de competencia desleal.

libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencias del mercado.

En ese sentido y, apoyada doctrinalmente, la competencia desleal se ha entendido como aquellas conductas en las que se apoya un competidor, bien sea de sus esfuerzos, productos o servicios, en sus otros competidores (Otamendi, 1998, como se citó en Cardozo, 2019, p. 77). De manera tal que, al constituirse como acciones entorpecedoras del mercado, requieren de la intervención del Estado.

Dentro de esta disposición normativa se encuentra, además, algunas de las conductas que se consideran desleales a nivel nacional- sin perjuicio de las reconocidas por el comercio exterior, como el dumping²⁷-. Clasificándose en trece, pero que, para el caso en concreto de la investigación, entrarán a analizarse dos de estas manifestaciones, a saber: i) los actos de imitación y; ii) la explotación de la reputación ajena.

La Real Academia Española (2024) define el acto de imitar como ejecutar algo a ejemplo o semejanza de otra cosa. Velandia (2011, p. 403), en concordancia con el artículo 14 de la mencionada ley, dice que la imitación es libre salvo que i) se encuentren amparadas bajo la ley y; ii) evoque confusión respecto de la procedencia empresarial de la prestación o signifique un aprovechamiento indebido de la reputación ajena. En el caso de la primera se estaría explícitamente ante una infracción de carácter legal, mientras que en la segunda es necesario realizar un previo análisis desde la confusión o la explotación (Velandia, 2011, p. 43).

²⁷ Que, si bien puede resultar relevante para los efectos de la investigación, nos hemos decidido centrar en, exclusivamente, las herramientas brindadas por el ordenamiento nacional.

Frente al particular, la SIC, a través de la Delegatura para Asuntos Jurisdiccionales, en la sentencia 1953 de 2012, resaltó que la imitación dentro del mercado alude a una práctica permitida y no censurable por sí misma, a menos que se trate de una creación empresarial amparada por un derecho de exclusiva. De forma excepcional podrá contar con matices de ilicitud cuando, además de violar el derecho de exclusiva, genere confusión sobre el origen empresarial o se valga de la reputación ajena (SIC, 2012). Por consiguiente, para determinar si el comportamiento de un comerciante deriva en ilegítimo, deberá analizarse más allá de la mera imitación y se entrará a verificar si tal imitación generó otros efectos, tales como confusión o si se valió de la explotación injustificada de la reputación del competidor (SIC, 2012).

En el mismo sentido, la SIC 001 de 2006, resaltó el carácter adicional de la frecuencia o sistematización, haciendo referencia a que la imitación del producto no se mide, exclusivamente, por el grado de similitud frente a las características o cualidades, sino también cuando se realiza con determinada intensidad o frecuencia marcada, que permite denotar un uso sistemático.

Por otro lado, en lo que respecta a la jurisprudencia española, esta se ha empeñado en señalar que, la imitación no consiste en la reproducción de un elemento accidental o accesorio, pero sí de uno esencial que incida sobre la singularidad competitiva (García, 2008, como se citó en De la Cruz, 2014).

Ahora bien, en sede de la explotación de la reputación ajena, hay que ubicarse artículo 15 de la Ley 256 de 1996 que establece:

Artículo 15. Explotación de la reputación ajena. Se considera desleal el aprovechamiento²⁸ en beneficio propio o ajeno de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Código Penal y en los tratados internacionales, se considerará desleal el empleo no autorizado de signos distintivos ajenos o de denominaciones de origen falsas o engañosas aunque estén acompañadas de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como "modelo", "sistema", "tipo", "clase", "género", "manera", "imitación", y "similares"

En palabras de Velandia (2011, p. 391), consiste en apropiarse de lo de otro. Se trata de la intención de proteger la buena reputación, entendida como el reconocimiento favorable, en virtud de la calidad, desempeño o diligencia de la actividad mercantil, otorgado a una empresa. La fama, considerada un derecho personalísimo, pertenece exclusivamente a su titular, por lo que su explotación no autorizada por parte de un tercero, crearía una situación de enriquecimiento sin justa causa (Velandia, 2011).

En ese sentido, es necesario examinar la existencia de la reputación²⁹ para determinar si otro competidor aprovechó el camino recorrido por el primero (Velandia, p.392). Además

²⁸ Según de La Cruz (2014), entendido como la obtención de ventajas a partir de comportamientos que atribuyen productos la reputación de otro. Ventajas que pueden exteriorizarse en el aumento de las ventas, un posicionamiento más conveniente en el mercado, el cumplimiento de un requisito exigido para la adjudicación de un contrato o, en general, que pueda verse influida la decisión de consumo del consumidor.

²⁹ De la que se habló preliminarmente en las denominaciones de origen como signos distintivos notoriamente conocidos

de la existencia de esta, para determinar si se trata de un comportamiento desleal, será pertinente analizar si, aún con todos los factores que la componen (tiempo y participación en el mercado, posicionamiento en la mente del consumidor, premios, canales usados para la publicidad), el otro competidor intenta lograr similar posicionamiento (De la Cruz, 2014).

Ahora, en el caso de los signos distintivos, se estima que el uso por parte de personas no autorizadas significa una amenaza a la competitividad (Velandia, p.392). Frente al particular, la Superintendencia de Industria y Comercio³⁰ mediante Sentencia 11 de 2005, estableció:

Si la conducta consiste en la utilización sin autorización de un signo distintivo ajeno, el accionante, quien deberá ser titular del signo o un licenciataria del mismo, simplemente tendrá que probar que no autorizó al accionado para utilizar el signo, mientras que si el cuestionamiento proviene de actuaciones diferentes a la utilización de signos distintivos, el accionante deberá probar que tiene una reputación en el mercado y que el accionado aprovechó para sí esa reputación.

De manera tal que, los signos distintivos revisten de especial protección por el régimen de competencia desleal, pues la mera utilización no autorizada, sin necesidad de probar las acciones que demuestren el aprovechamiento, es suficiente.

Dicho lo anterior, para el caso de estudio podemos tener las siguientes consideraciones:

³⁰ Como se citó en De la Cruz, 2014.

- i) Los sombreros vueltiaos de origen chino, atentaban en contra del derecho de exclusiva que le asistía al original, en virtud de la declaratoria como denominación de origen, lo que constituye un acto de imitación de la DO.
- ii) Los sombreros vueltiaos de origen chino, además de violar el derecho de exclusiva, generaron confusión en el consumidor toda vez que contaban con cualidades físicas similares a las del original. Además, al cambiar las marquillas por denominaciones autóctonas como “vallenato”, “Alejo” o “100% colombiano”, el consumidor podía mentalmente hacer una asociación con el producto protegido. Situación que constituye un acto de imitación de la DO.
- iii) Quienes participaron en la cadena de mercado del producto de origen chino, sacaron provecho, obteniendo ventajas comerciales de la reputación con la que contaba la denominación de origen. Reputación fortalecida por su declaratoria como signo distintivo, así como patrimonio cultural de la nación. Situación que constituye un acto de imitación a la DO, así como la explotación de su reputación.
- iv) La reproducción del signo distintivo sombrero vueltiao, por terceros sin autorización, se configura por sí misma, como una explotación a la reputación ajena.

Sin perjuicio de las acciones que, conforme al derecho de propiedad industrial haya a lugar, La Decisión en el título XVI comprende el régimen de la competencia desleal vinculada a la propiedad industrial. En este se considera desleal los actos asociados con la

propiedad industrial, en el ámbito empresarial, que contraríen las prácticas honestas, así como se enlistan dichas manifestaciones:

Artículo 259.- Constituyen actos de competencia desleal vinculados a la propiedad industrial, entre otros, los siguientes: a) cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; b) las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; o, c) las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

Disposiciones que permiten conocer el interés del legislador andino por preservar la integridad del sistema competitivo, evitando cualquier actividad comercial deshonestas que distorsione el comportamiento del mercado. Así, se reconoce que la protección de la propiedad industrial no solo implica la defensa de derechos exclusivos, sino también la garantía de un entorno competitivo leal y transparente. Un entorno que no afecte a los consumidores o menoscabe los derechos de otros agentes económicos.

En el mismo título, se pone de presente la existencia de la acción por competencia desleal, para que quien tenga interés legítimo, pueda solicitarle a la autoridad nacional que se pronuncie sobre la licitud de alguna práctica. En ese mismo orden de ideas, el Decreto 2591 de 2000 que establece que dichas acciones se llevarán conforme al artículo 20 de la Ley 256 de 1996.

4. Conclusiones.

Este trabajo de investigación se centró en el análisis de la denominación de origen “sombbrero vueltiao”, haciendo especial énfasis en la relevancia para el desarrollo del derecho a la identidad cultural indígena en la comunidad Zenú. Asimismo, como eje central, se abordó su protección jurídica a través de los mecanismos previstos en la legislación andina y nacional, tales como la propiedad industrial y el derecho de la competencia.

A partir de dicho análisis, se concluye primeramente que, si bien el sombrero vueltiao se encuentra protegido por la denominación de origen, no se garantiza el reconocimiento del derecho a la identidad cultural indígena en el marco de su protección jurídica. Contrario esto, las autoridades han enfocado sus esfuerzos en la defensa de los derechos de los consumidores, quienes, a pesar de conocer de la posible comisión de una infracción- por los precios de la imitación en comparación con los originales-, hacen parte de estas prácticas.

Segundamente, en caso de pretender adecuar los mecanismos existentes para proteger los derechos culturales, persisten vacíos normativos en torno a la vía procedimental, toda vez que no se especifica claramente si el detrimento a los derechos culturales puede ser incluido dentro de los perjuicios inmateriales o si, en su lugar, resulta más adecuada la acción de tutela. Asimismo, se evidencian dificultades respecto de la legitimación en causa por activa para la reclamación de tales perjuicios, dado que, si bien el titular formal del derecho es el Estado, esta situación atenta directamente en contra de los miembros de la comunidad indígena.

Por último, se concluye que la imitación del "sombbrero vueltiao" vulnera el principio de buena fe comercial, al inducir a error sobre el verdadero origen del producto, así como por el aprovechamiento indebido del reconocimiento cultural de la comunidad Zenú. Elementos

que escasamente se han abordado desde las respuestas del gobierno nacional, como lo fue la Resolución 439 de 2013.

De esta manera, la protección jurídica de la denominación de origen “Sombrero Vueltaio” evidencia avances significativos, pero también revela vacíos en la tutela efectiva de los derechos culturales y en el aseguramiento de los principios de buena fe comercial en el mercado. Consideraciones que invitan a la reflexión sobre la necesidad de fortalecer los mecanismos legales existentes, en aras de lograr una defensa integral tanto de los productos, como de los valores culturales que intrínsecamente ligados a ellos.

5. Referencias

- Aguirre, J. (2018). Aplicación de las denominaciones de origen a la protección de conocimientos tradicionales en Colombia. Recuperado de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15467/2/TFLACSO-2018JPAC.pdf>
- Andrade, F. (2011). La acción por infracción de derechos para la protección de la propiedad industrial. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (15), 99–126. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3001>
- Arancibia, M. (2016). La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, vol. 3, núm. 8, pp. 267-283, 2016.
- Aranda, Y. & Combariza, J. (2007). Las marcas territoriales como alternativa para la diferenciación de productos rurales. *Agronomía Colombiana*, vol. 25 no.2, pp. 367-376. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-99652007000200021&lng=en&tlng=es.
- Artesanías de Colombia. (2018). Colombia Artesanal: tejeduría Zenú, “pintas” que cuidan las raíces. Recuperado de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-tejeduria-zen-pintas-que-cuidan-las-raices_11827.
- Barco, E. (2007). Denominaciones de origen. La incidencia de la localización y deslocalización. *Distribución y consumo*, no. 96, pp. 27-36. Recuperado de https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2007_96_27_39.pdf

Barrera, G., Quiñones, A. y Jacanamijoy, J. (2014). Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas. *Apuntes*, 27(1), 36-51. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.APC27-1.rtmc>

BBC NEWS. (2013). Patrimonio Colombiano hecho en China. 12 de enero de 2013. Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/01/130112_colombia_sombrero_polemica_ng

Buche, Benjamín. (2018). El Sombrero Vueltiao Zenú. *Revista de Extensión Cultural*. Número 60. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/68706/EI%20sombrero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Calvachi, R. (2002). Los delitos aduaneros: El contrabando. *Iuris Dictio*, 3(6). <https://doi.org/10.18272/iu.v3i6.585>

Cardozo-Roa, C. (2019). El derecho de la competencia desde el punto de vista de los derechos subjetivos que protege. En Flórez, G. & Cardozo-Roa, C., *Consumo, propiedad intelectual y competencia: tensiones con el derecho comercial* (pp. 71-102) Bogotá: Editorial Universidad Católica de Colombia.

Castro, J. (2009). *La Propiedad Industrial*. Universidad Externado de Colombia. <https://publicaciones.uexternado.edu.co/gpd-la-propiedad-industrial-9789587103939.html>

Ceballos Delgado, J. M. (2021). Necesidad de protección a los conocimientos tradicionales. Especial mención a las expresiones culturales tradicionales. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (29), 25–75. <https://doi.org/10.18601/16571959.n29.02>

- Ceballos, R. & García, I.. (2013). Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los tratados de libre comercio suscritos por Colombia. *Prolegómenos*, Vol. 16 no. 2, pp. 175-189. Recuperado de <https://doi.org/10.18359/dere.767>
- Congreso de la República de Colombia. (1959). *Ley 155 de 1959: "Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas."* Diario Oficial No. 30138 <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38169>
- Congreso de la República de Colombia. (1996). *Ley 256 de 1996: Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal.* Diario Oficial No. 42.692. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0256_1996.html
- Congreso de la República. (1997). *Ley 397 de 1997: Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.* Diario Oficial No. 43102. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0397_1997.html
- Congreso de la República de Colombia. (2003). Gaceta 576 de 2003. Proyecto de ley numero 158 de 2003 Cámara. Exposición de motivos. <https://svrpubindc.imprensa.gov.co/senado/>
- Congreso de la República de Colombia. (2004). *Ley 908 de 2004: Por la cual se declara Símbolo Cultural de la Nación El Sombrero Vueltiao, y se hace un reconocimiento a la cultura del pueblo Zenú asentada en los departamentos de Córdoba y Sucre.* Diario Oficial No. 45.666. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0908_2004.html
- Congreso de la República de Colombia. (2011). *Ley 1437 de 2011: Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.* Diario

Oficial

No.

47.956.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1437_2011.html

Congreso de la República de Colombia. (2012). Ley 1564 de 2012: *Por medio de la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 48.489 http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1564_2012.html

Constitución Política de Colombia. (1991). 07 de julio de 1991. Colombia

Corte Constitucional. (1996). Sentencia C-002/96. [M.P. José Hernández]. 18 de enero de 1996.

Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1996/C-002-96.htm>

Corte Constitucional. (1997). Sentencia C-535/97. 23 de octubre de 1997. [M.P. Eduardo Cifuentes] <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1997/c-535-97.htm>

Corte Constitucional. (2008). Sentencia C-1194 de 2008. 03 de diciembre de 2008. [M.P. Rodrigo Escobar Gil]

Corte Constitucional. (2008). Sentencia 1105 de 2008. 06 de noviembre de 2008. [M.P. Humberto Sierra] Recuperada de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2008/t-1105-08.htm>

Corte Constitucional. (2023). Sentencia C-054 de 2023. 08 de marzo de 2023. [M.P. José Reyes]. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=142622>

Corte Constitucional. (2009). Sentencia C-639 de 2009. 16 de septiembre de 2009. [M.P. Jorge Palacio]. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2009/C-639-09.htm>

Corte Constitucional. (2011). Sentencia C-882 de 2011. 23 de noviembre de 2011. [M.P. Jorge Pretelt]. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2011/c-882-11.htm>

- Corte Constitucional. (2012). Sentencia T-477 de 2012. 25 de junio de 2012. [M.P. Adriana Guillén]. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2012/t-477-12.htm>
- Corte Constitucional. (2020). Sentencia T-365 de 2020. 31 de agosto de 2020. [M.P. Cristina Pardo]. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2020/T-365-20.htm>
- De la Cruz, D. (2014). La competencia desleal en Colombia : Un estudio sustantivo de la ley. Universidad Externado de Colombia. Recuperado de <https://www-digitaliapublishing-com.ez.urosario.edu.co/a/39989>
- de Sousa Borda, A. L., (2015). Denominaciones de origen en Brasil: situación actual. Su desarrollo: jurisprudencia y avances de los productores. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 2(5), 1-21.
- DIAN. (2024). Panorama del contrabando en Colombia. Estadísticas y acciones en marcha. Recuperado de <https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Informesespeciales/04-Panorama-del-Contrabando-en-Colombia.pdf>
- El Espectador. (2013). Preocupación por sombreros vueltiaos "made in China". 08 de enero de 2013. Recuperado de <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/preocupacion-por-sombreros-vueltiaos-made-in-china-article-395608/>
- El Tiempo. (2013). Piden a Mincomercio revisar importación de sombreros vueltiaos chinos. Redacción política. 11 de enero de 2013. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12506902>
- Errázuriz, C. (2010). Indicaciones geográficas y denominaciones de origen: propiedad intelectual en progreso. *Revista chilena de derecho*, no. 37(2), pp. 207-239. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372010000200002>

- García Velasco, I. C. (2021). Los signos distintivos: implicaciones de una marca colectiva frente a una denominación de origen. *Advocatus*, 2(29), 105-121. <https://doi.org/10.18041/0124-0102/advocatus.29.1709>
- Gwardzińska, E., Chackiewicz, M. 2022. Customs smuggling of goods infringing the intellectual property rights in the European Union. *Journal of Security and Sustainability Issues* N° 12 (1) pp- 159.169. Recuperado de <http://doi.org/10.47459/jssi.2022.12.13>
- Jaime, Y. (s.f.). Los signos distintivos y el interés colectivo: Marcas colectivas, de certificación y denominaciones de origen. Boletín Superintendencia de Industria y Comercio. Recuperado de <https://www.sic.gov.co/content/los-signos-distintivos-y-el-inter%C3%A9s-colectivo-marcas-colectivas-de-certificaci%C3%B3n-y-denominaciones-de-origen>
- Jiménez, F. (2018). Fundamentos de la protección del conocimiento y la tecnología en la empresa. En *Protección jurídica del conocimiento y la tecnología en la empresa*. (pp. 1-15). Bogotá. Editorial Temis.
- Jiménez, F. (2019). Prácticas Comerciales Desleales. En *Derecho de la competencia*. (pp. 67-83). Bogotá. Legis Editores S.A.
- La República. (2013). Dian sigue incautando el sombrero vueltiao chino. *Economía*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/economia/dian-sigue-incautando-el-sombrero-vueltiao-chino-2031169>
- Larraín, América & Uscátegui, Carlos. (2020). Sombreros made in China. Una reflexión sobre la producción artesanal y la propiedad intelectual en el Caribe colombiano. *Desacatos. Revista De Ciencias Sociales*, 64, 118-131. <https://doi.org/10.29340/64.2337>

Larraín, América. (2012). Artesanía indígena en el caribe colombiano: el Sombrero Vueltiao Zenú. Recuperado de

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52301909/Artesania_indigena_en_el_caribe_colombiano-libre.pdf?1490454998=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DArtesania_indigena_en_el_caribe_colombia.pdf&Expires=1742009487&Signature=ANn5uROILQ~9~fS6Sy832tv4DziancYyHOx6wt~gNV9SGuwRsh1JxTpaSK8NmGuGKUGKaL4PruYaHrQCC4ZMyjWAAhC9ky8dkZ~A89GIMVGf730F1qchsrK5lMPnySjqvtd-xlSKL4dIvjcGk-Bc4vUTxg68gCYoTCI9WoFKMFYg0FfOHO792muykTNgB6NsmpvmwuXi85W2HpE1xEBE03YvjPFrDRhFOKE7yQw2qAQ6VdTTtag4sJpYbChmm20zhfsJN5PyOCkuQI1qIJKoN9fr~MIpMkghxEcRYTL9d3BkoYFch7-N~GoCYXtQM7CF5mTOHUIQycykgpm-f9a2SgQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Larraín, América. (2015). El Sombrero Vueltiao Zenú: Retratos del símbolo cultural de la nación en Colombia. Revista Landa, 2015. Vol. 4 N. 1. Recuperado de https://issuu.com/revistalanda/docs/dossier_colombia_-_landa

Londoño, A. (1994). Presente y futuro del derecho de la competencia en Colombia. Revista de Derecho. Universidad del Norte, no. 3, pp. 77-89. Recuperado de <https://www.proquest.com/docview/1436159593?sourcetype=Scholarly%20Journals>

Londoño, J. (2009). La denominación de origen y el alcance de su protección. Revista La Propiedad Inmaterial, no. 13, pp. 41-58. Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/456>

López, D & Niño, M. (2021). Reconocimiento de los textiles de chincheru como denominación de origen en el marco de la decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones”.

Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/524691679.pdf>

Mendoza, L. (2020) Análisis de la propiedad industrial en Colombia: un análisis de la decisión andina 486 del año 2000. *Inciso*, 22(1) ; 102-114. Recuperado de:

<https://revistas.ugca.edu.co/index.php/inciso/article/view/996/1570>

Ministerio de Desarrollo Económico. (2000). Decreto 2591 de 2000. 13 de diciembre de 2000.

Recuperado de: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1470809>

Ministerio de Salud. (1986). Resolución 02310 de 1986. Por la cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1979, en lo referente a procesamiento, composición,

requisitos, transporte y comercialización de los Derivados Lácteos. Recuperado de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/OT/Resolucion-2310-de-1986.pdf>

Molano Pineda, E., Rico López, J., Tobón Palacio, A, M., Arbeláez Arango, T., Rendón Rincón,

E., Correa Cadavid, C., Jiménez Osorio, A., González, S & Ceballos Ramírez, S, L.

(Julio – Diciembre, 2017). Significado y utilidad de la denominación de Origen Protegida

–DOP– para los productores de la loza del Carmen de Viboral. *Revista Science Of*

Human Action, 2(2), 191-206. Recuperado de

<https://revistas.ucatolicaluisamigo.edu.co/index.php/SHA/article/view/2471/1887>

Montenegro, Yamile Andrea, & Cabrera Peña, Karen Isabel. (2018). El mercado de los productos con denominación de origen a través del comercio justo. *Perspectivas y retos. Boletín mexicano de derecho comparado*, 51(152), 655-677. Epub 30 de abril de

2020. <https://doi.org/10.22201/ijj.24484873e.2018.152.12921>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1979). Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. Recuperado de <https://www.wipo.int/wipolex/es/text/285840>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2001). Comité permanente sobre el derecho de marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas. Indicaciones geográficas: antecedentes, naturaleza de los derechos, sistemas vigentes de protección, y obtención de una protección eficaz en otros países. 25 de enero de 2001. Recuperado de https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_6/sct_6_3.pdf

Ortiz Quiroga, J. A. (2013). La identidad cultural de los pueblos indígenas en el marco de la protección de los derechos humanos y los procesos de democratización en Colombia. *Revista derecho del Estado*, (30), 217–249. Recuperado a partir de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derest/article/view/3524>

Otero García-Castrillón, Carmen (2009). Territorialidad y Estado de origen en las denominaciones de origen, indicaciones geográficas y especialidades tradicionales garantizadas. *Le indicazioni di qualità degli alimenti Diritto internazionale ed europeo*. Giuffrè Editore. Recuperado de <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/1762d4d1-ef34-492a-ace0-e6a737a1c58b/content>

Palacio Puerta, M. (2023). El factor natural en las denominaciones de origen otorgadas para artesanías en Colombia. *Revista de derecho Privado*, (45), 279–305. <https://doi.org/10.18601/01234366.45.10> (Original work published 29 de mayo de 2023).

- Palacio, M. (2023). El factor natural en las denominaciones de origen otorgadas para artesanías en Colombia. *Revista de derecho Privado*, no. 45, pp. 279–305. Recuperado de <https://doi.org/10.18601/01234366.45.10>
- Perilla Castro, C. A. (2022). Jurisprudencia Y Laudos Arbitrales Sobre Competencia Desleal en La Relación Contractual. *Propiedad Inmaterial*, 34, 5–40. <https://doi.org/10.18601/16571959.n34.01>
- Policía Nacional. (2013). Incautados en Cúcuta 840 sombreros vueltiaos chinos. 28 de enero de 2013). Recuperado de <https://www.policia.gov.co/noticia/incautados-en-c%C3%BAcuta-840-sombreros-vueltiaos-chinos>
- Presidencia de la República. (2005). Decreto 3081 de 2005. 05 de septiembre de 2005. Recuperado de https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1512010#ver_1512015
- Presidente de la República. (1983). Decreto 3192 de 1983. por el cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 9 de 1979, en lo referente a fábricas de alcohol y bebidas alcohólicas, elaboración, hidratación, envase, distribución, exportación, importación y venta de estos productos y se establecen mecanismos de control en el territorio nacional. Diario Oficial No. 36.388. 21 de noviembre de 1983. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?dt=S&i=3469>
- Puello-Socarrás, G. E., & López Caro, H. (2023). Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina: brechas y oportunidades para la propiedad intelectual en profesiones creativas - caso Colombia. *I+Diseño. Revista Científico-Académica Internacional De Innovación, Investigación Y Desarrollo En Diseño*, 18, págs. 37–58. <https://doi.org/10.24310/idiseo.18.2023.14599>

- Quintero, A.J. (2004). Visión de las denominaciones de origen en Colombia. *Revista e-mercatoria*. Vol. 3, no. 1, pp. 1-23 (jun. 2004). Recuperado de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/2120/1893>
- Revista Semana. (2013). La polémica del sombrero vueltiao, en 'The Economist'. 04 de febrero de 2013. Recuperado de: <https://www.semana.com/la-polemica-del-sombrero-vueltiao-the-economist/332019-3/>
- Revista Semana. (2024). Erasmo Zuleta les regaló a todos los jugadores de la Selección Colombia el sombrero vueltiao de Córdoba “para que no usen el chino”. 09 de septiembre de 2024. Recuperado de: <https://www.semana.com/confidenciales/articulo/erasmo-zuleta-regalo-a-todos-los-jugadores-de-la-seleccion-colombia-el-sombrero-vueltiao-de-cordoba-para-que-no-usen-el-chino/202411/>
- Robles, L. (2002). Denominaciones de origen y protección económica. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, no. 194, pp. 27-48. Recuperado de <https://ageconsearch.umn.edu/record/165634/?v=pdf>
- Rojas, J. M. (2023). Caracterización de políticas públicas de importaciones frente al contrabando en Colombia. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/66445>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2001). Resolución 210 de 2001. 15 de enero de 2001. Recuperada de: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/4038774>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2006). Sentencia 001 de 2006: Expediente 1000754. 04 de enero de 2006.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). Sentencia 1953 de 2012: Expediente 03081970. 30 de abril de 2012.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2021). Manual sobre denominaciones de origen, marcas colectivas y marcas de certificación. Recuperado de https://www.sic.gov.co/sites/default/files/MANUAL_SOBRE_DENOMINACIONES_ORIGEN_MARCAS_COLECTIVAS_MARCAS_CERTIFICACION.pdf

Superintendencia de Industria y Comercio. Sentencia 11 de 2006. 10 de noviembre de 2006. Recuperada de https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/sentencia%20de%20competencia%20desleal/Sentencia_11_2006.pdf

Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). Protección que se otorga a las denominaciones de origen. Recuperado de: <https://sic.gov.co/node/54>

Tamayo Muñoz, G. (2002). La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos. Revista La Propiedad Inmaterial, (5), 93–110. Recuperado a partir de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/1166>

Triana, J. (2020). Sistemas de protección contra la competencia desleal para las denominaciones de origen en Colombia. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Derecho. Bogotá, Colombia

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2007). Interpretación prejudicial: Proceso 76-IP-2007. Recuperado de: <https://propintel.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/sites/10/2012/12/Proceso-N%C2%B0-10516-LYM.pdf>

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2017). Interpretación prejudicial: Proceso 474-IP-2016. [M.P. Hugo Gómez]. Recuperado de: <https://www.tribunalandino.org.ec/decisiones/IP/474-IP-2016.pdf>

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2020). Interpretación prejudicial: Proceso 334-IP-2019. [M.P. Hugo Gómez]. Recuperado de https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/334_IP_2019.pdf

Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. (2021). Interpretación prejudicial: Proceso 46-IP-2021. [M.P. Hugo Gómez]. Recuperado de https://www.comunidadandina.org/DocOficialesFiles/Procesos/46_IP_2021.pdf

Ugalde, N. & Balbastre, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista De Ciencias Económicas*, no. 31(2), pp. 179-187. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730>

Vargas, I, Fuentes, M, Piracoca, D. (2021). Conocimiento tradicional, propiedad intelectual y moda: una visión desde la participación equitativa de beneficios. *Revista estudios Socio-Jurídicos*, 23 (2), 35-60. Recuperado de <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/sociojuridicos/a.9582>

Varón Palomino, J. C. (Coord.), Rengifo Gardezabal, M. (Coord.) & Peña Bennett, F. (Coord.). (2023). *Derecho del consumo. Tomo II: derecho privado del consumo*: (1 ed.). Universidad de los Andes. <https://elibro-net.ez.urosario.edu.co/es/lc/urosario/titulos/277452>

Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo : competencia desleal; abuso de la posición de dominio; carteles restrictivos; actos restrictivos; integraciones económicas y protección al consumidor*. Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 2011. 2da Edición. Recuperada de

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/310fd4ec-e0c2-4bf8-bc54-d3839d696fce/content>

Velandia, M. (2011). Derecho de la competencia y del consumo : competencia desleal; abuso de la posición de dominio; carteles restrictivos; actos restrictivos; integraciones económicas y protección al consumidor. Bogotá : Universidad Externado de Colombia, 2011. Recuperado de <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/7628fade-07f3-4b58-af50-2348b0dd3385>