



Tu prenda favorita podría ser el resultado del plagio a un diseñador: Impacto de la tecnología en la protección de los diseños de moda en Colombia

Mariana González Betancur  
Juanita Santos Zuluaga

Trabajo de grado presentado para optar al título de Abogado

Director  
Carlos Andrés Gómez García Doctor en Filosofía (E)

Universidad Pontificia Bolivariana  
Escuela de Derecho y Ciencias Políticas  
Derecho  
Medellín, Antioquia, Colombia  
2025

El contenido de este documento no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

## **Dedicatoria**

Con profunda gratitud y aprecio, dedicamos este trabajo de grado a nuestras familias, por su apoyo incondicional, paciencia y amor a lo largo de este proceso académico. A nuestros docentes, quienes con su orientación y conocimiento nos inspiraron a seguir creciendo profesional y personalmente. A todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron con su tiempo, consejo o palabra de aliento para que este logro fuera posible. Con especial reconocimiento a quienes creyeron en nosotras desde el inicio, motivándonos a alcanzar nuestras metas con esfuerzo, compromiso y dedicación.

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradecemos a Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, por guiarnos en cada etapa de este proceso académico y permitirnos culminar con éxito esta meta.

A nuestras familias, por su constante apoyo, comprensión y acompañamiento incondicional, pilares fundamentales en nuestro crecimiento personal y profesional.

A la Universidad, por brindarnos un espacio de formación integral, orientado al desarrollo de nuestras capacidades y al fortalecimiento de nuestro compromiso con la sociedad.

A nuestros docentes, María Alejandra Echavarría Arcila y Carlos Gómez, por su orientación, dedicación y valiosos aportes, los cuales fueron determinantes para la construcción y culminación de este trabajo.

Finalmente, a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron con su conocimiento, tiempo o consejo al desarrollo de este proyecto académico.

---

## Tabla de contenido

Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción .....	10
Capítulo I: El marco jurídico de la propiedad intelectual en el diseño de moda en Colombia.....	13
1.1. La protección del diseño de moda como obra intelectual: una aproximación dogmática. .	14
1.2. Régimen legal aplicable a la protección de diseños de moda: .....	15
1.2.1. El derecho de autor y su aplicabilidad. ....	18
1.2.2. El diseño industrial como figura de protección. ....	19
1.3. Desafíos del marco jurídico colombiano ante el plagio y la imitación en la industria de la moda. ....	21
Capítulo II: La Dinámica del Plagio en la Industria de la Moda y la Influencia Tecnológica .....	23
2.1 Definición y caracterización del plagio en el diseño de moda. ....	23
2.2 El fenómeno del fast fashion y su relación con el plagio masivo.....	25
2.3 Tecnologías facilitadoras del plagio: plataformas digitales, redes sociales y herramientas de reproducción.....	27
2.4 Casuística relevante en Colombia: análisis de casos de plagio y su tratamiento legal. ....	28
Capítulo III: Propuestas de Reforma y Recomendaciones para un Marco Jurídico Actualizado ..	30
3.1 Necesidad de un marco legal específico para la protección del diseño de moda. ....	31
Conclusiones .....	35
Sección de discusión.....	36
Referencias.....	39

---

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Derecho de la moda .....	12
<b>Figura 2</b> Marco jurídico .....	13
<b>Figura 3</b> Entre agujas y leyes .....	16
<b>Figura 4</b> Moda: más que apariencia .....	24
<b>Figura 5</b> Fenómeno del fast fashion .....	26
<b>Figura 6</b> El límite del diseño .....	30
<b>Figura 7</b> Cuando el estilo entra en los tribunales .....	33

---

### Siglas, acrónimos y abreviaturas

<b>APA</b>	American Psychological Association
<b>Párr.</b>	Párrafo
<b>UPB</b>	Universidad Pontificia Bolivariana
<b>Analdex.</b>	Asociación Nacional de Comercio Exterior.
<b>PIB.</b>	Producto interno bruto
<b>OMPI.</b>	Organización mundial de la propiedad intelectual.
<b>CPC.</b>	Constitución política de Colombia.
<b>Fashion law.</b>	Derecho de la moda.
<b>Fast fashion.</b>	Moda rápida.
<b>SIC.</b>	Superintendencia de Industria y Comercio.
<b>CAN.</b>	Comunidad Andina de Naciones.
<b>ADPIC.</b>	Acuerdo sobre la aspectos de los derechos de la Propiedad Intelectual.
<b>PCT.</b>	Tratado de cooperación en materia de patentes.
<b>TLT.</b>	Tratado de derecho de marcas.
<b>CIPI.</b>	Comisión intersectorial de Propiedad Intelectual.

---

## Resumen

La industria de la moda en Colombia enfrenta actualmente desafíos significativos derivados del impacto de la tecnología y la expansión de plataformas digitales, que han facilitado la reproducción no autorizada y la difusión masiva de diseños originales. Esta situación ha generado una creciente preocupación en torno al plagio y la insuficiencia de mecanismos jurídicos eficaces para su prevención. La falta de un marco normativo especializado ha incrementado la vulnerabilidad de los diseñadores, afectando tanto la protección de sus derechos de propiedad intelectual como la sostenibilidad económica del sector, que representa cerca del 10 % del producto interno bruto (PIB) industrial del país. Según datos recientes, las exportaciones de moda colombiana han disminuido aproximadamente 60 millones de dólares en el último año, reflejando los efectos económicos de esta problemática.

Esta investigación analiza cómo la tecnología ha incidido en la protección de la propiedad intelectual y en la prevención del plagio en los diseños de moda en Colombia durante los últimos diez años, evidenciando las percepciones, riesgos y limitaciones que enfrenta el sector frente a las nuevas dinámicas digitales. Desde el paradigma positivista, se desarrolla un estudio de tipo dogmático con enfoque cualitativo, basado en el análisis documental de fuentes jurídicas, doctrinales y normativas. Los resultados buscan aportar una comprensión crítica de las debilidades del sistema colombiano y servir como fundamento para futuras investigaciones y propuestas legislativas orientadas al fortalecimiento del derecho de la moda como campo emergente.

*Palabras clave:* plagio, diseños de moda, propiedad intelectual, derechos de autor, tecnología.

## **Abstract**

The fashion industry in Colombia currently faces significant challenges stemming from the impact of technology and the expansion of digital platforms, which have facilitated the unauthorized reproduction and mass dissemination of original designs. This situation has generated growing concern about plagiarism and the lack of effective legal mechanisms to prevent it. The lack of a specialized regulatory framework has increased the vulnerability of designers, affecting both the protection of their intellectual property rights and the economic sustainability of the sector, which represents about 10% of the country's industrial GDP. According to recent data, Colombian fashion exports have fallen by approximately \$60 million in the last year, reflecting the economic effects of this problem.

This research analyzes how technology has influenced intellectual property protection and the prevention of plagiarism in fashion design in Colombia over the last ten years, highlighting the perceptions, risks, and limitations faced by the sector in the face of new digital dynamics. From a positivist paradigm, a dogmatic study with a qualitative approach is developed, based on the documentary analysis of legal, doctrinal, and regulatory sources. The results seek to provide a critical understanding of the weaknesses of the Colombian system and serve as a basis for future research and legislative proposals aimed at strengthening fashion law as an emerging field.

*Keywords:* plagiarism, fashion designs, intellectual property, copyright, technology.

---

## Introducción

La industria de la moda es uno de los sectores más dinámicos y estratégicos dentro de la economía creativa, caracterizada por su constante innovación y la rápida evolución de las tendencias. En la última década, el desarrollo tecnológico y el auge de las plataformas digitales han transformado profundamente la forma en que se diseñan, producen y comercializan las prendas y productos de moda. Sin embargo, esta misma tecnología, que en principio ofrecía oportunidades para aumentar la visibilidad y el alcance de los diseñadores, ha potenciado un problema creciente: el plagio y la apropiación indebida de creaciones originales, especialmente a través del modelo de fast fashion, que reproduce y distribuye masivamente diseños sin autorización.

En Colombia, esta situación se ve agravada por la ausencia de un marco normativo específico que regule la protección de los diseños de moda. A diferencia de otros países que han desarrollado normativas adaptadas a este sector, la legislación colombiana se limita a disposiciones generales de propiedad intelectual que no responden a las particularidades de la moda, generando vacíos legales y una protección insuficiente. Esto deja a los creadores en una posición vulnerable frente a la copia y la falsificación, afectando directamente la innovación, la competitividad y el desarrollo económico de una industria que representa cerca del 10% del PIB industrial.

Según la Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex), las exportaciones de moda en Colombia cayeron un 7,3% entre enero y noviembre de 2024, lo que refleja un deterioro preocupante en el posicionamiento internacional del sector. Esta disminución, que equivale a cerca de 60 millones de dólares menos en ventas al exterior, puede explicarse en parte por el incremento del plagio y la competencia desleal facilitada por plataformas digitales, así como por la falta de mecanismos jurídicos eficaces que garanticen la protección de los derechos de los creadores. Este fenómeno no solo vulnera los derechos de autor, sino que también afecta la confianza de los inversionistas y limita el crecimiento de una industria clave para la economía creativa del país.

Frente a esta problemática, la presente investigación tiene como objetivo analizar cómo las tecnologías han influido en la protección de la propiedad intelectual y la prevención del plagio en el diseño de moda en Colombia durante los últimos diez años. Para ello, se emplea un enfoque cualitativo de análisis documental, sustentado en el paradigma positivista y una perspectiva

---

dogmática, que permite evaluar la eficacia normativa desde una revisión crítica de las fuentes jurídicas y académicas.

El proceso metodológico se desarrolló a partir de criterios de inclusión y exclusión claramente definidos. Se incluyeron documentos académicos, normativos, jurisprudenciales y artículos científicos publicados entre 2014 y 2024, tanto en español como en inglés, que abordaran las categorías de propiedad intelectual, plagio, diseño de moda y tecnología. Se excluyeron fuentes anteriores a 2014, documentos sin respaldo académico y aquellos que no guardaran relación directa con el contexto colombiano o el impacto de la tecnología en la protección jurídica.

Los documentos seleccionados fueron organizados mediante fichas bibliográficas y matrices de análisis, clasificando la información por temas, enfoques y hallazgos principales. Posteriormente, se aplicó una lectura analítica y comparativa para identificar patrones, vacíos legales y tendencias comunes. Este proceso permitió construir una base sólida para discutir cómo la evolución tecnológica ha incidido en los mecanismos de protección y en la vulnerabilidad de los creadores ante el plagio.

Los resultados obtenidos no solo evidencian los desafíos normativos existentes, sino que también ofrecen insumos teóricos y prácticos para la formulación de futuras reformas legales, así como para el desarrollo de investigaciones académicas que fortalezcan el campo del fashion law en Colombia.

Antes de iniciar con el desarrollo de los capítulos, es importante comprender qué es la moda y por qué ocupa un papel tan relevante dentro de esta investigación. La moda no se limita únicamente a la confección o al uso de prendas de vestir; representa un fenómeno cultural, social y económico que refleja la identidad, los valores y la evolución de una sociedad. Es una forma de expresión que combina creatividad, innovación y funcionalidad, y que influye tanto en los hábitos de consumo como en la economía global. Entender la moda desde esta perspectiva integral permite abordar con mayor claridad los retos legales que enfrenta su protección, especialmente en un contexto donde la tecnología ha transformado la manera en que se crean, distribuyen y copian los diseños.

Figura 1

## Derecho de la moda

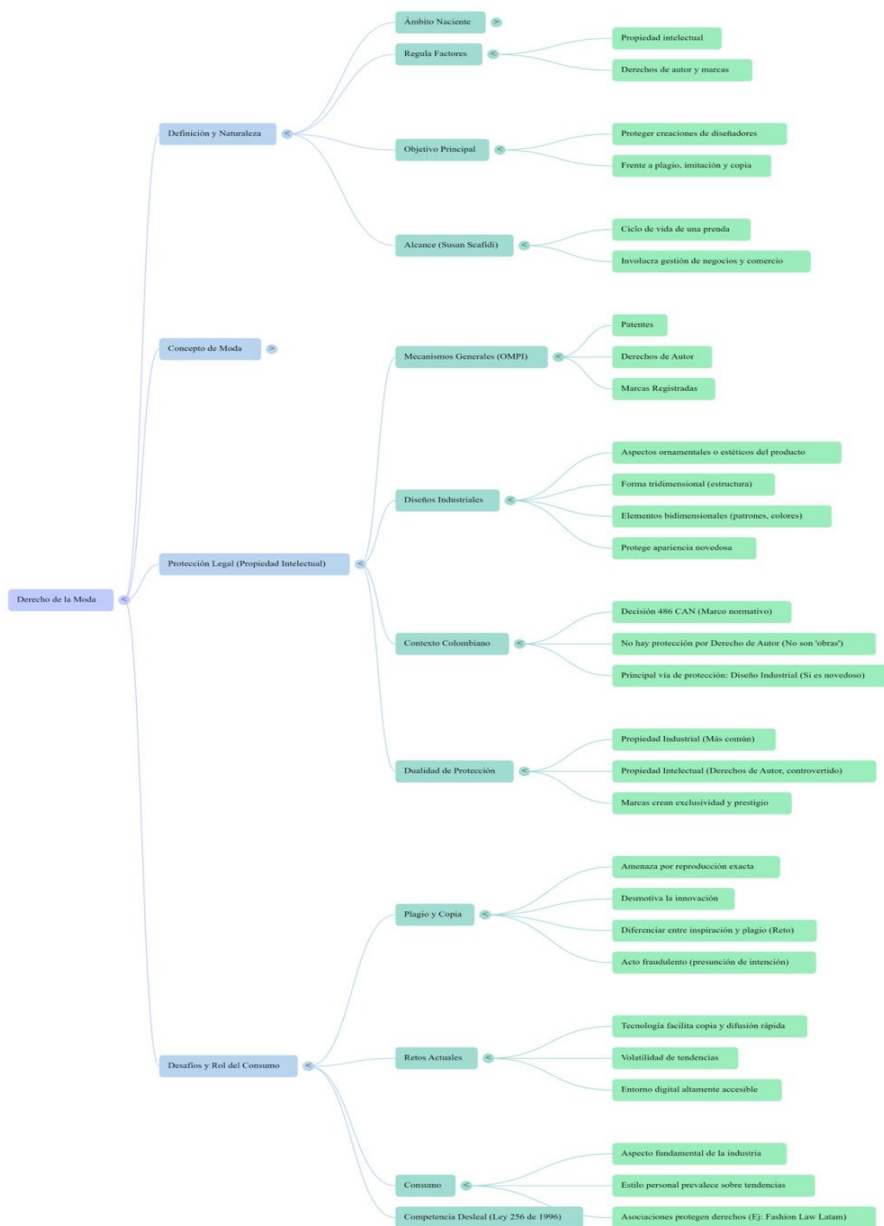


Imagen elaborada con ayuda de NoteBook IA.

**Figura 2***Marco jurídico*

**Imagen realizada con ayuda de Open IA**

**Capítulo I: El marco jurídico de la propiedad intelectual en el diseño de moda en Colombia**

Antes de iniciar el presente capítulo se debe tener en cuenta una diferenciación fundamental entre la protección de la marca y la protección del diseño en la industria de la moda. El marco legal colombiano incluyendo el mismo Código Penal, centra su foco de atención en la protección de los signos distintivos y en las infracciones marcarias, dejando a un lado la defensa de los diseños y modelos. Sin embargo, para los fines de esta investigación, lo importante es la protección del diseño como creación, debido a que es en este ámbito donde se evidencian los mayores vacíos normativos y las mayores vulnerabilidades frente al plagio y la imitación.

Es así como, mientras la marca protege un signo que diferencia productos de otros, el diseño industrial resguarda la forma y los aspectos ornamentales de un producto que le otorgan originalidad y atractivo para el consumidor. Es justamente en este último donde los vacíos legales resultan más evidentes porque no existe en Colombia una regulación específica que responda a las

necesidades propias de los diseñadores de moda, lo que los deja expuestos al plagio, a la copia masiva y a la apropiación indebida de sus creaciones.

La protección de los diseños aún carece de un sistema eficaz que reconozca su carácter intangible, artístico y cultural, así como su valor económico dentro de la economía creativa.

### **1.1. La protección del diseño de moda como obra intelectual: una aproximación dogmática.**

Desde una perspectiva dogmática, es necesario analizar si el diseño de moda puede ser considerado una obra protegible por el derecho de autor, atendiendo a criterios como la originalidad, la expresión formal y la percepción sensorial. Esta discusión cobra relevancia ante el fenómeno creciente del plagio, la copia sistemática y la apropiación indebida de creaciones en el sector, especialmente en el contexto del fast fashion y la globalización de tendencias. Así, en este apartado se debe realizar una crítica de los fundamentos jurídicos que sustentan la protección del diseño de moda como obra intelectual, comparándolo con la normativa colombiana y estándares internacionales que lo regulan.

Además, este enfoque dogmático permite identificar los vacíos normativos que enfrenta Colombia, porque, aunque existen figuras de protección como los derechos de autor, las marcas o los diseños industriales, estas no siempre se ajustan a las particularidades del sector moda.

La falta de una regulación específica genera incertidumbre jurídica para los diseñadores, quienes deben recurrir a mecanismos generales que en muchos casos resultan insuficientes frente al plagio y a la reproducción masiva facilitada por las plataformas digitales.

Por otra parte, la perspectiva dogmática no solo describe el marco normativo, sino que también evalúa su eficacia práctica, es decir, si realmente las normas vigentes cumplen con la función de proteger las creaciones de moda frente a las nuevas dinámicas de la tecnología y el mercado global. Este análisis es fundamental porque permite determinar si es necesario adaptar o crear mecanismos legales más claros y específicos, que reconozcan el diseño de moda como un activo creativo y económico digno de protección reforzada.

Por un lado, el plagio es “el acto de ofrecer o presentar como propia, en su totalidad o en parte, la obra de otra persona, en una forma o contexto más o menos alterados” (López & Espinoza, 2017, p. 53).

“El plagio es el ideal de todos o de algunos elementos originales contenidos en la obra de otro autor presentándose como propios” (López & Espinoza, 2017, p. 53).

El plagio es la apropiación, presentación y utilización de material intelectual ajeno, sin el debido reconocimiento de su fuente original. Constituye, por lo tanto, un acto fraudulento, en el cual existe presunción de intencionalidad, en el sentido de hacer parecer un determinado conocimiento, labor o trabajo, como producto propio; y de desconocer la participación de otros en su generación, aplicación o en su perfeccionamiento (López & Espinoza, 2017, p. 53).

## **1.2. Régimen legal aplicable a la protección de diseños de moda:**

La moda entendida como una manifestación artística, creativa y cultural, constituye una industria creativa con alto potencial económico y social, donde impulsa la innovación y genera oportunidades laborales. En Colombia el diseño de moda ha evolucionado como una industria que no sólo refleja tendencias estéticas sino también activos intangibles. Sin embargo, la protección jurídica aún enfrenta desafíos estructurales y normativos.

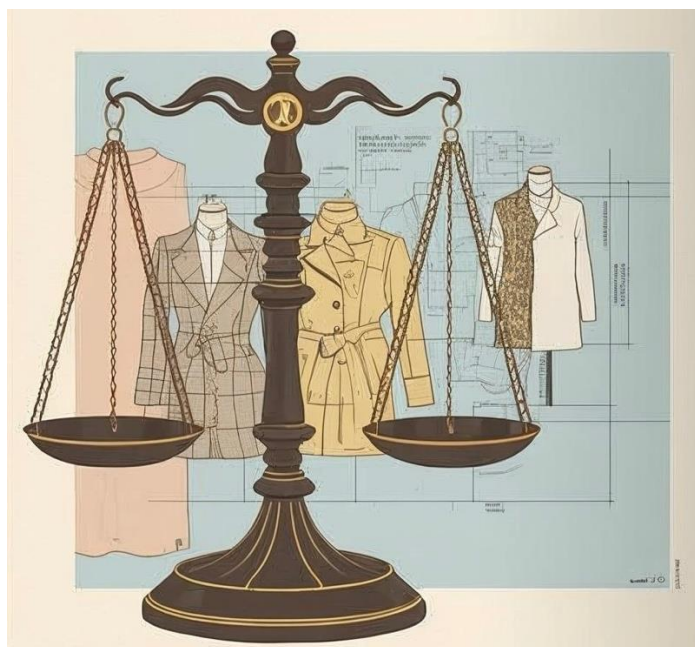
La intangibilidad de los diseños de moda hace que, a diferencia de un objeto físico, su valor resida en la idea, el estilo y la creatividad que transmite. Este carácter intangible dificulta su resguardo bajo las figuras tradicionales del derecho, pues lo que se intenta proteger no es únicamente la prenda como bien material, sino el concepto estético que la hace única. Así, los diseñadores se enfrentan a una doble vulnerabilidad: por un lado, el riesgo de plagio y reproducción masiva de sus creaciones, y por otro, la ausencia de un marco normativo claro que reconozca la particularidad de la moda como industria cultural.

Por otro lado, el aumento de las inversiones en activos intangibles demuestra que la tendencia global se enfoca en lo intangible como principal motor económico. Según datos recientes

de la OMPI, la inversión en estos activos creció tres veces más rápido que la inversión en activos tangibles en los últimos quince años, alcanzando casi 7 billones de dólares en 2023, lo que evidencia la enorme relevancia de proteger lo intangible en sectores creativos como la moda. Si la moda colombiana no cuenta con mecanismos legales adaptados para proteger estos activos, corre el riesgo de quedar rezagada y vulnerar tanto su innovación como su capacidad para competir y aportar valor cultural y económico al país (OMPI, 2024).

### Figura 3

*Entre agujas y leyes*



**Imagen realizada con ayuda de CANVA IA**

Además, la falta de un sistema de protección jurídica especializado ha provocado que la moda en Colombia dependa de mecanismos generales como la propiedad industrial o el derecho de autor, que no siempre se ajustan a sus necesidades. Mientras una patente exige novedad y aplicación industrial, y el derecho de autor demanda originalidad y forma de expresión, los diseños de moda suelen quedar en un punto intermedio, sin una categoría jurídica precisa. Esta situación no solo limita la defensa de los creadores frente a las copias, sino que también reduce el incentivo a innovar en un mercado altamente competitivo, donde la rapidez y la replicación son la norma.

En este escenario, la brecha con otros países se amplía. Mientras en Europa y Estados Unidos la industria ha impulsado la creación de normativas y jurisprudencia especializadas en fashion law, en Colombia los diseñadores dependen de interpretaciones generales de la propiedad intelectual.

En este capítulo se evidencia, el análisis de un marco jurídico que ampara la propiedad intelectual en el diseño de moda colombiano, empezando desde los fundamentos constitucionales, instrumentos legales nacionales y tratados internacionales que buscan garantizar la protección de las creaciones en el diseño de moda. De acuerdo con esto la legislación colombiana establece que: "El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley."(Constitución Política de Colombia, artículo 64). Por ende, la Constitución Política de Colombia (CPC) consagra la protección de las creaciones intelectuales como un deber del Estado, a pesar de ello, en la práctica, el diseño de moda ha recibido poca atención como objeto de protección jurídica, lo que genera vacíos normativos y dificultades para los creadores al momento de proteger sus obras.

Asimismo, existen muchos acuerdos internacionales de los cuales Colombia es país firmante que buscan proteger la propiedad intelectual a nivel mundial, sin embargo no existe una patente mundial, existe un sistema por Estados, en el que cada uno debe ir a cada instituto y pedir la protección de su marca. De los acuerdos internacionales en los que participa Colombia se destacan el Convenio de París (1883) para la Protección de la Propiedad Industrial, la Convención General Interamericana sobre Protección Marcaria y Comercial (1929), la clasificación de Niza, el Acuerdo del Grupo de los Tres (G3), ADPIC Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual, el Tratado de Cooperación en materia de patentes PCT, el Tratado sobre el Derecho de Marcas TLT, la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual (CIPI), el Protocolo de Madrid y la Decisión 291 de 199, Decisión 351 de 1993 y Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones CAN. (Bohórquez , Sanabria y Gómez, 2017, p.6).

El capítulo I del título XV de la Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina señala acciones por infracción de Derechos en materia de Propiedad Industrial, puntualmente en materia de infracción marcaria indicando que para los eventos en los que existan productos

que ostenten una marca falsa, la supresión o remoción de la marca deberá acompañarse de medidas encaminadas a impedir que se introduzcan esos productos en el comercio. De igual forma establece el alcance de las medidas cautelares previstas y la viabilidad de estas antes de iniciada una acción por infracción de derechos junto con los parámetros generales para el cálculo de la indemnización de daños y perjuicios ( Pinto, 2018, p.44).

### ***1.2.1. El derecho de autor y su aplicabilidad.***

Para mayor entendimiento de este apartado, tenemos que saber en qué consiste el derecho de autor; este es el conjunto de normas que protegen al autor como creador de una obra en el campo literario y artístico, entendida ésta, como toda expresión humana producto del ingenio y del talento que se ve materializada de cualquier forma perceptible por los sentidos y de manera original (Centro colombiano de derecho de autor, 2024).

En caso de colisión entre estos derechos hay una interpretación a favor de los derechos de autor; la razón de esto es que el titular de los derechos conexos es el difusor de la obra y no el autor de esta. Por su parte, los derechos de autor son de interés social, por eso son preferentes. El derecho de autor es principal y el derecho conexo es subsidiario.

En Colombia de acuerdo con la Ley 1915 de 2018, ninguna de las protecciones de los derechos conexos puede interpretarse en contra de los derechos de autor. Pero, en aquellos casos en los que sea necesaria la autorización del autor y del intérprete, la autorización del autor no implica que no se tenga que pedir permiso a los intérpretes y los productores fonográficos. En estos casos se necesita la autorización de todas estas partes (Delgado Ramírez y Duque Duque, 2022, p.42).

En materia de derechos de autor, el sistema estadounidense se presenta como referente al reconocer la protección mediante el copyright a aquellas creaciones que demuestran originalidad. En contraste, tanto la normativa de la Unión Europea como la legislación colombiana excluyen este tipo de expresiones del reconocimiento legal como obras protegidas al considerar que no satisfacen los criterios exigidos para ser consideradas obras o obras de arte aplicadas,

respectivamente. Esta postura limita a los diseñadores en su posibilidad de ampararse jurídicamente bajo esta figura (Salas, 2021).

### ***1.2.2. El diseño industrial como figura de protección.***

La Propiedad Industrial “es un derecho que adquiere una persona natural o jurídica sobre una nueva creación o un signo distintivo” (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f, párr.1).

De acuerdo con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI): La protección que se brinda en virtud de esta institución jurídica se materializa a través del otorgamiento al titular de dos tipos de derechos: en primer lugar, el derecho a utilizar la invención, diseño industrial o signo distintivo; y, en segundo lugar, el derecho de excluir a otros del uso o explotación comercial de su propiedad si no cuenta con su autorización. Así mismo, este derecho posee límites temporales y territoriales, pues tienen una duración determinada y normalmente solo tienen validez en el territorio donde se han concedido, salvo lo especificado en algunas convenciones y tratados regionales (OMPI, 2019).

Dentro del marco de la propiedad intelectual, el diseño industrial representa una vía jurídica eficaz para proteger aquellas creaciones que combinan lo estético con lo funcional, especialmente en sectores como el de la moda, donde la innovación se refleja tanto en la forma como en el uso de los productos (Salas, 2021).

La industria de la moda, marcada por su constante transformación, ha comenzado a incorporar tecnologías avanzadas como la nanotecnología y la robótica en la elaboración de prendas y textiles, lo que ha abierto nuevas posibilidades de protección a través del sistema de patentes. Para que estas innovaciones sean susceptibles de ser patentadas, deben cumplir con los criterios de novedad, altura inventiva y aplicabilidad industrial, conforme a los parámetros internacionales (Salas, 2021).

De manera que, los diseñadores pueden recurrir al diseño industrial como instrumento de protección de la apariencia externa de sus productos, siempre que esta sea original y aplicable a procesos de fabricación seriada. La combinación de elementos visuales como líneas, formas,

colores y texturas en prendas o accesorios permite que dichas creaciones sean registrables, como sucede con el cierre característico de los bolsos de Valentino, la pulsera ergonómica con sensor desarrollada por Nike o los pantalones técnicos de la marca Lululemon. Estas propuestas no solo aportan valor al acervo creativo existente, sino que también evidencian una expansión hacia nuevos horizontes tecnológicos y funcionales que superan los límites convencionales de la moda (salas, 2021).

La Decisión 486 de la Comunidad Andina establece el marco normativo para la protección de los derechos de propiedad intelectual en Colombia, abarcando marcas, patentes, derechos de autor, diseños industriales, entre otros. Para salvaguardar las creaciones en la industria de la moda, es posible registrar diseños industriales, siempre que sean nuevos, ante la Superintendencia de Industria y Comercio (Decisión 486 de 2000). Al respecto, se ha precisado que:

Artículo 1. Con respecto a la protección de la propiedad industrial, cada País Miembro concederá a los nacionales de los demás miembros de la Comunidad Andina, de la Organización Mundial del Comercio y del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios nacionales, a reserva de lo previsto en los artículos 3 y 5 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), y en el artículo 2 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Asimismo, podrán conceder dicho trato a los nacionales de un tercer país, bajo las condiciones que prevea la legislación interna del respectivo País Miembro (Decisión 486 de 2000).

Artículo 2. Con respecto a la protección de la propiedad industrial, toda ventaja, favor, privilegio o inmunidad que conceda un País Miembro a los nacionales de otro País Miembro de la Comunidad Andina, se hará extensiva a los nacionales de cualquier miembro de la Organización Mundial del Comercio o del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (Decisión 486 de 2000).

### **1.3. Desafíos del marco jurídico colombiano ante el plagio y la imitación en la industria de la moda.**

A pesar de que Colombia ha suscrito tratados internacionales que buscan proteger la propiedad intelectual en sectores creativos como la moda, su desarrollo legislativo interno aún presenta vacíos significativos. La jurisprudencia constitucional, como la Sentencia C-276 de 1996, reconoce que los derechos de autor comprenden tanto dimensiones morales como patrimoniales, y que la protección de las creaciones exige originalidad y expresión formal perceptible.

No obstante, en el contexto de la moda, esta exigencia resulta restrictiva, pues muchas prendas no alcanzan el umbral de originalidad exigido por la ley, lo que limita su protección efectiva. Estudios como el de Laura Viviana Delgado Otálvaro, desde la Pontificia Universidad Javeriana, evidencian que el sistema jurídico colombiano no se adapta con suficiencia a las particularidades del diseño de moda, lo que genera una desprotección frente a la imitación y reproducción. En contraste, países como Estados Unidos y miembros de la Unión Europea han desarrollado marcos especializados e instituciones que atienden las necesidades del sector, lo que sugiere la urgencia de una reforma normativa en Colombia que incorpore herramientas jurídicas más flexibles y adaptadas a la dinámica creativa de la industria. (Bohórquez, Sanabria y Gómez 2017).

Otro aspecto importante, y altamente crítico es la dependencia de los diseñadores en Colombia de figuras jurídicas generales, como la propiedad industrial o los derechos de autor, que no responden de manera específica a las necesidades de la moda, como lo hemos sustentado anteriormente.

Mientras que en otros sectores las patentes o las marcas permiten una protección clara y delimitada, en la moda los diseños muchas veces quedan en un terreno ambiguo. Esta falta de claridad normativa no solo dificulta el acceso a la justicia, sino que también genera incertidumbre en los procesos de comercialización y exportación, lo que reduce la competitividad de la industria frente a mercados internacionales más regulados.

Además, la debilidad institucional en la aplicación de las normas agrava la situación. Aunque existen mecanismos como la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para el registro y la defensa de diseños industriales, en la práctica los procesos suelen ser largos, costosos

y poco efectivos. Esto provoca que muchos diseñadores, especialmente los emergentes, opten por no registrar sus creaciones, quedando expuestos al plagio y a la copia masiva. De esta manera, los vacíos legales se convierten en un obstáculo directo para esta industria.

Finalmente, la ausencia de un marco normativo especializado limita también el desarrollo de una cultura jurídica en torno al derecho de la moda. Al no existir normas claras ni formación especializada en esta materia, los diseñadores desconocen sus posibilidades de protección y las instituciones carecen de lineamientos precisos para actuar en casos de infracción. Esto genera un círculo vicioso: la falta de protección desincentiva la creación, y la escasa creación protegida reduce el interés del legislador por desarrollar una regulación específica. Por ello, la necesidad de avanzar hacia un sistema sui generis de protección para el diseño de moda en Colombia resulta inaplazable.

---

## **Capítulo II: La Dinámica del Plagio en la Industria de la Moda y la Influencia Tecnológica**

El plagio en la industria de la moda se ha convertido en una de las manifestaciones más evidentes del impacto negativo de la tecnología en la protección de la propiedad intelectual. En un entorno globalizado y digitalizado, donde las tendencias circulan a gran velocidad a través de redes sociales, pasarelas virtuales y plataformas de comercio electrónico, las creaciones originales son copiadas y reproducidas en cuestión de horas, afectando la autoría y directamente los derechos de los diseñadores.

Este fenómeno no solo pone en riesgo la originalidad y la autenticidad de las propuestas creativas, sino que también genera un desequilibrio económico, al permitir que empresas de gran escala obtengan beneficios a partir del trabajo de diseñadores independientes o marcas emergentes sin asumir los costos de desarrollo, innovación o protección legal.

En este capítulo se analiza de manera detallada la dinámica del plagio en el sector moda, abordando sus características, las fronteras entre inspiración e imitación, y los mecanismos jurídicos que actualmente intentan regularlo. Asimismo, se examinará el papel de la tecnología como factor facilitador del plagio masivo, a través de fenómenos como el fast fashion, las plataformas digitales y las herramientas de reproducción automatizada, que han transformado las reglas del mercado.

### **2.1 Definición y caracterización del plagio en el diseño de moda.**

El plagio en el diseño de moda es un fenómeno que se ubica en una delgada línea entre la admiración creativa y la apropiación indebida. A simple vista puede presentarse como una prenda que “se parece demasiado” a otra, pero jurídicamente involucra mucho más: se trata de la reproducción no autorizada de los elementos originales de un diseño de moda, con el objetivo de obtener un beneficio económico o reputacional a partir del esfuerzo creativo ajeno. Esta práctica erosiona la autenticidad del sector, uno de los pilares que sostienen tanto el valor artístico como la competitividad económica de la industria.

El diseño de moda, a diferencia de otros campos creativos, vive en constante reciclaje estético. Las tendencias se alimentan de pasarelas globales, referencias culturales e históricas, e

incluso símbolos comunitarios. De ahí que no siempre sea sencillo diferenciar lo que constituye una legítima “inspiración” de lo que constituye plagio. Mientras la inspiración se traduce en reinterpretación y aporta una cuota de originalidad, el plagio se apropia directamente de rasgos esenciales del diseño como su silueta distintiva, un estampado particular o la composición visual de un conjunto sin intervención creativa significativa (Marrero-Severino, 2019).

#### Figura 4

*Moda: más que apariencia*



**Imagen realizada con ayuda de CANVA IA**

En el ámbito jurídico, este fenómeno encuentra sus parámetros en normativas como la Decisión Andina 486 de 2000, que protege los diseños industriales cuando presentan novedad y originalidad formal, (Comunidad Andina, 2000) y en la Ley 256 de 1996 sobre competencia desleal, que sanciona prácticas de imitación sistemática con fines de desviar clientela Congreso de la República de Colombia, 1996) . Estas normas permiten diferenciar entre la imitación como conducta tolerada en ciertos escenarios de mercado pues puede reflejar tendencias compartidas y el plagio como apropiación ilegítima de la singularidad de una creación (Delgado Otálvaro, 2021).

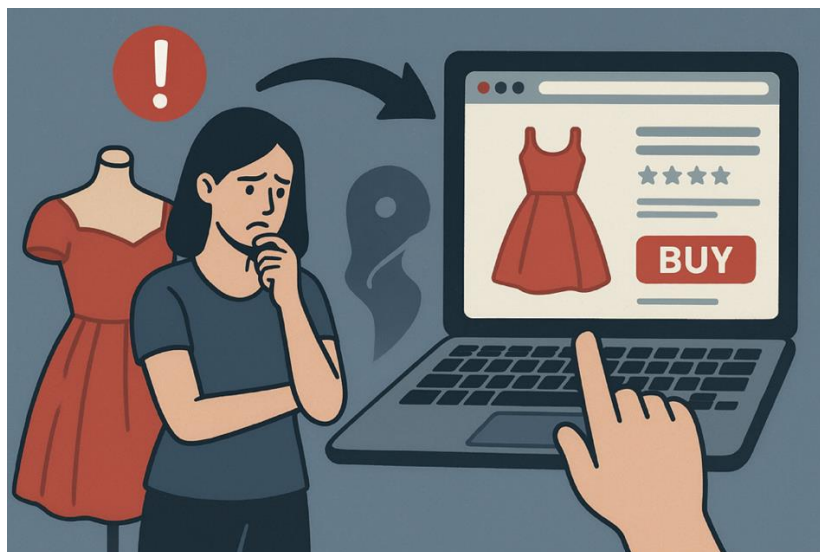
El plagio en el diseño de moda, puede caracterizarse por tres elementos centrales: la ausencia de autorización, la afectación del rasgo distintivo del diseño y la finalidad comercial que aprovecha el reconocimiento del original. No se trata simplemente de copiar por copiar, sino de hacerlo con intención de insertarse en un mercado beneficiándose del esfuerzo y del prestigio creados por otro. El auge de las tecnologías digitales ha amplificado este problema como las imágenes de las pasarelas se difunden en segundos a escala global, lo cual facilita que talleres o fabricantes copien diseños enteros incluso antes de que lleguen oficialmente a las tiendas (Salas-Pasuy, 2020).

En el caso colombiano, donde la moda constituye un sector estratégico de la economía y aporta alrededor del 10 % del PIB industrial (Alguero, 2025), estas prácticas no solo representan una vulneración de los derechos de autor o propiedad industrial, sino que también obstaculizan la consolidación de marcas emergentes y restan competitividad al sector nacional. Pequeños diseñadores que ven replicadas sus obras en plataformas o mercados informales difícilmente pueden sostener la inversión y la innovación que supone desarrollar colecciones originales.

En síntesis, el plagio en la moda debe entenderse como una práctica que despoja de reconocimiento al creador, distorsiona la dinámica justa del mercado y explota las posibilidades tecnológicas de reproducción masiva. Frente a ello, se debe trazar con claridad los límites entre inspiración, imitación y plagio, reconociendo que la moda es un espacio creativo colectivo, pero que la originalidad auténtica merece protección efectiva.

## **2.2 El fenómeno del fast fashion y su relación con el plagio masivo.**

Tras haber comprendido qué significa plagiar en el diseño de moda, resulta imprescindible observar cómo ciertos modelos de negocio amplifican esa práctica a escala global. Uno de los más influyentes es el denominado fast fashion, modelo que se basa en la producción acelerada y masiva de colecciones que reproducen tendencias casi en tiempo real. En apariencia, es una respuesta eficiente a la demanda de consumidores que desean vestir "a la moda" a precios accesibles; sin embargo, en su trasfondo se encuentra una estructura que facilita la apropiación de diseños sin autorización previa.

**Figura 5***Fenómeno del fast fashion***Imagen realizada con ayuda de Open IA**

El fast fashion opera con cadenas de suministro ágiles, donde las colecciones vistas en pasarelas de lujo pueden aparecer en vitrinas minoristas en cuestión de semanas. Esta velocidad muchas veces se logra gracias a la reproducción no autorizada de aquellas propuestas originales, trasladando ideas exclusivas a escalas industriales que diluyen su autoría. De este modo, la imitación deja de ser un recurso artesanal y se convierte en un mecanismo sistemático que, de manera global, transforma el plagio en una parte estructural del negocio.

En Colombia, donde el mercado de la moda representa un sector dinámico de la economía, este impacto no es ajeno. El exceso de réplicas y copias de bajo costo termina desplazando a diseñadores independientes, quienes ven dificultada su capacidad de competir con las marcas que integran estos modelos de producción acelerada (Alguero, 2025). La consecuencia no sólo es jurídica, sino también cultural: se erosiona la noción de exclusividad y se incentiva un ciclo de consumo en el que la originalidad tiene cada vez menos espacio.

### **2.3 Tecnologías facilitadoras del plagio: plataformas digitales, redes sociales y herramientas de reproducción.**

El fast fashion no habría podido expandirse con tal rapidez sin el respaldo de la tecnología. Plataformas digitales, redes sociales y herramientas de reproducción materializan un entorno donde el plagio se vuelve casi inmediato. En la actualidad, una colección de moda presentada en una pasarela de París o Milán puede ser visualizada en cuestión de segundos por diseñadores, fabricantes o comerciantes en Colombia. Lo que antes requería acceso físico a desfiles o revistas especializadas, hoy ocurre en tiempo real gracias a la circulación masiva de imágenes en Instagram, TikTok o páginas de comercio electrónico.

Además de la divulgación, existen tecnologías que permiten la reproducción precisa de patrones y siluetas. Softwares de diseño digital, impresión 3D de accesorios o incluso maquinaria textil avanzada facilitan que las copias mantengan estándares de fidelidad muy similares al original (Salas-Pasuy, 2020). Desde una perspectiva legal, esto plantea un desafío mayúsculo: cuanto más precisa y veloz es la reproducción, más difícil se vuelve diferenciar la “inspiración” del “clon” y, por ende, defender en tribunales el carácter distintivo de un diseño.

Las plataformas comerciales en línea agravan aún más la situación. En sitios de ventas masivas como Marketplaces digitales circulan prendas que imitan modelos reconocidos, muchas veces importadas de cadenas de producción globales que ajustan diseños en el menor tiempo posible. Así, el plagio adquiere un alcance exponencial al estar respaldado por redes de difusión y distribución con cobertura mundial.

Esta facilidad tecnológica pone en evidencia la insuficiencia de los mecanismos legales actuales para proteger los diseños de moda frente a la reproducción digital masiva. Aunque el marco jurídico colombiano contempla figuras como los derechos de autor y los diseños industriales, estos instrumentos no logran adaptarse al ritmo de difusión y copia que permiten las plataformas digitales. La ausencia de herramientas normativas específicas, sumada a la dificultad para demostrar la autoría y la originalidad en entornos virtuales, deja a los diseñadores en una posición débil frente a empresas que, amparadas en vacíos legales, replican sus creaciones sin consecuencias reales. De este modo, la tecnología, en lugar de ser un aliado para la visibilidad y

la innovación, se convierte en un medio que amplifica el plagio, evidenciando la urgencia de actualizar los marcos regulatorios para responder a los retos de la era digital.

#### **2.4 Casuística relevante en Colombia: análisis de casos de plagio y su tratamiento legal.**

El panorama colombiano no se queda en la teoría, pues ya existen ejemplos concretos de cómo el plagio se manifiesta y es enfrentado legalmente. Aunque la mayoría de casos no trascienden a instancias judiciales formales por los altos costos procesales o la dificultad probatoria, sí se han dado disputas públicas y reclamaciones que revelan las grietas del sistema.

Uno de los escenarios recurrentes corresponde a la apropiación de motivos artesanales o culturales tradicionales. Diseñadores internacionales han sido señalados por replicar técnicas o bordados propios de comunidades indígenas colombianas sin reconocimiento ni compensación. Estos hechos plantean interrogantes sobre la delgada frontera entre plagio y apropiación cultural, un tema de especial sensibilidad cuando lo que está en juego es la identidad de colectivos históricamente invisibilizados (Marrero-Severino, 2019).

En el plano judicial, normativas como la Decisión Andina 486 y la Ley 256 de 1996 han servido de base para que diseñadores busquen respaldo al denunciar imitaciones sistemáticas. Sin embargo, las decisiones judiciales suelen verse limitadas por la dificultad de demostrar los elementos de originalidad y la intención de aprovechamiento. Tal como lo sostienen algunos estudios (Delgado Otálvaro, 2021), la interpretación de lo que constituye plagio en diseño es aún incipiente en los tribunales colombianos, lo cual deja a los creadores en una posición de vulnerabilidad.

Las entidades nacionales, como la Superintendencia de Industria y Comercio, han avanzado en la sensibilización sobre la importancia de registrar y proteger apropiadamente los diseños, incentivando que las creaciones de la moda sean vistas no como productos efímeros, sino como activos de propiedad intelectual (Salas, 2021). No obstante, la falta de precedentes judiciales robustos y el alto costo de la litigación generan una brecha entre la teoría y la práctica, que en muchos casos desalienta a los diseñadores a defender sus derechos formalmente.

---

Por ende, los casos en Colombia muestran cómo el plagio no es una problemática abstracta, sino un fenómeno concreto que combina desequilibrios económicos, tensiones culturales y vacíos jurídicos. Unido al empuje del fast fashion y las plataformas digitales, este contexto convierte el plagio en una amenaza latente para el talento creativo y la sustentabilidad cultural de la industria de la moda en el país.

Las consecuencias del plagio en la moda trascienden lo jurídico y afectan de manera directa las dimensiones económicas, sociales y culturales del país. En primer lugar, el plagio debilita la economía creativa al desincentivar la innovación: los diseñadores, al ver sus creaciones reproducidas sin autorización ni compensación, pierden motivación para invertir tiempo y recursos en nuevas propuestas. En segundo lugar, se genera una competencia desleal que impacta a los emprendimientos locales, los cuales no pueden igualar los precios de las copias masivas producidas por grandes plataformas. En el ámbito social y cultural, la apropiación indebida de diseños tradicionales o elementos artesanales vulnera la identidad de comunidades que ven su patrimonio estético explotado sin reconocimiento ni beneficio. Adicionalmente, la falta de respuestas jurídicas efectivas agrava esta situación, consolidando un entorno donde el plagio se normaliza y la creatividad se percibe como un recurso desechable, en lugar de un activo intangible con valor estratégico para el desarrollo nacional.

En conclusión, el plagio en la industria de la moda colombiana refleja una problemática compleja donde confluyen factores tecnológicos, económicos y jurídicos. La expansión del fast fashion, la inmediatez de las plataformas digitales y la falta de herramientas legales especializadas han configurado un escenario en el que las creaciones pierden valor y los diseñadores quedan expuestos a la copia y a la competencia desleal. Aunque existen normas que buscan proteger la propiedad intelectual, su alcance resulta insuficiente frente a las nuevas dinámicas de reproducción masiva y difusión global. Este panorama exige una revisión profunda del marco normativo y la creación de mecanismos adaptados a la realidad digital, capaces de salvaguardar la originalidad, incentivar la innovación y garantizar que el talento creativo nacional pueda desarrollarse de manera sostenible en un mercado cada vez más competitivo y tecnificado

### Capítulo III: Propuestas de Reforma y Recomendaciones para un Marco Jurídico Actualizado

La industria de la moda en Colombia enfrenta desafíos significativos en la protección jurídica de sus creaciones, especialmente en un contexto marcado por la aceleración tecnológica y la globalización del consumo. La facilidad con la que se reproducen y distribuyen diseños sin autorización ha puesto en evidencia las limitaciones del marco legal vigente, que se apoya en figuras tradicionales de la propiedad intelectual que no responden adecuadamente a las particularidades del diseño de moda (Ríos Ávila, 2022).

La existencia de conflictos y la dificultad práctica en la protección de las creaciones de moda evidencian una necesidad imperiosa de modernizar y especificar la legislación (Marín Villareal, 2023). Por lo tanto, en este capítulo se centra en proponer soluciones concretas, basadas en la experiencia internacional y la doctrina del Fashion Law (Derecho de la Moda), para establecer un ecosistema legal más robusto y justo en Colombia, que estimule la protección, la inversión y la competencia leal.

#### Figura 6

*El límite del diseño*



Imagen realizada con ayuda de Open IA

### **3.1 Necesidad de un marco legal específico para la protección del diseño de moda.**

La carencia de un régimen jurídico especializado para la moda en Colombia obliga a los diseñadores a recurrir a figuras como el Diseño Industrial y el Derecho de Autor, cuyos requisitos y procesos presentan serias limitaciones:

Como las restricciones del Diseño Industrial pues si bien el diseño industrial protege la apariencia ornamental de productos utilitarios (OMPI, 2019), su proceso de registro es lento y costoso, un obstáculo significativo dada la corta vida comercial de las colecciones de moda. Este desfase temporal hace que la protección llegue tarde, cuando el diseño ya ha sido plagiado o ha salido de tendencia. Así como la ambigüedad del Derecho de Autor ya que la aplicación del derecho de autor exige que el componente artístico de la prenda sea separable del utilitario, conocido como el criterio de divisibilidad (Ríos Ávila, 2022). Este requisito es frecuentemente ambiguo y complejo de probar en prendas de vestir, en la práctica, esta ambigüedad dificulta la obtención de una protección efectiva, llevando a la conclusión doctrinal de que la aplicación de las figuras tradicionales de la Propiedad Intelectual no logra una tutela efectiva para los diseños (Scafidi, 2007).

En el escenario jurídico contemporáneo, el Fashion Law o Derecho de la Moda ha emergido como una respuesta a las nuevas necesidades legales de una industria en constante transformación. Esta rama del derecho combina elementos de la propiedad intelectual, el derecho mercantil, el laboral y el de la competencia, con el fin de garantizar una protección íntegra a los diferentes actores del sector.

Su aparición se sustenta en la necesidad de adaptar los sistemas jurídicos tradicionales a un mercado donde la creatividad, la innovación y la rapidez tecnológica son los principales motores de valor. El Fashion Law no se limita a proteger la autoría o la marca, sino que aborda temas como la sostenibilidad, la producción ética y el comercio digital, aspectos que actualmente determinan el rumbo del negocio de la moda (Barrantes-Serrano, Tambini-Ávila y Atahualpa-Cossio, 2023).

A nivel internacional, esto ha ganado terreno por la frecuencia de conflictos legales entre marcas de lujo relacionadas con la copia o apropiación de diseños, logotipos y patrones estéticos. Firmas reconocidas globalmente han sido señaladas por reproducir elementos icónicos de otras

marcas o incluso por utilizar símbolos culturales y étnicos sin autorización ni reconocimiento a las comunidades que los originaron. Estas disputas han expuesto las debilidades de los sistemas de protección tradicionales y han impulsado debates sobre los límites entre la inspiración legítima y el plagio. De este modo, el Fashion Law se presenta como un marco capaz de equilibrar la libre competencia con la defensa de los derechos creativos, incorporando además una mirada ética sobre la apropiación cultural dentro del diseño contemporáneo.

En el contexto colombiano, la incorporación del Fashion Law como disciplina resulta no solo pertinente, sino urgente. El país enfrenta desafíos similares a los de los mercados internacionales, pero con una desventaja normativa mucho más profunda. La falta de un marco jurídico especializado impide atender las particularidades del diseño de moda, dejando a los creadores sin herramientas efectivas para proteger su trabajo frente al plagio, la falsificación o la explotación cultural indebida. La implementación de políticas inspiradas en el Fashion Law permitiría actualizar la legislación nacional, fortalecer los derechos de los diseñadores y generar un entorno competitivo más equitativo. Además, abriría el camino a la formación académica y profesional en esta área, impulsando la investigación y el desarrollo de futuros proyectos normativos que promuevan una industria de la moda más ética, innovadora y sostenible.

Finalmente, el derecho de la moda representa una respuesta jurídica contemporánea ante la complejidad y la naturaleza cambiante de esta industria. Tal como plantea Salas Pasuy, este campo integra los principios tradicionales del derecho con las nuevas dinámicas culturales, tecnológicas y sociales que rodean a la moda, buscando equilibrar la protección de la creatividad con la competitividad del mercado. La moda, entendida como una manifestación artística, técnica y cultural, trasciende la simple confección de prendas: es una expresión de identidad colectiva e innovación constante. Por ello, la ausencia de mecanismos de protección específicos no solo afecta a los diseñadores, sino también al desarrollo cultural y económico de una sociedad que se reconoce a través de su vestimenta. De esta manera, fortalecer el marco normativo colombiano desde la óptica del derecho de la moda se convierte en una necesidad impostergable para garantizar una protección integral a las creaciones originales y fomentar la sostenibilidad del sector. (Salas Pasuy, 2013).



*cultural products in the marketplace and elsewhere much the way that decorator crabs gather seaweed and adorn their shells” (Scafidi, 2007, pp. 6-7).*

En conclusión, la consolidación del derecho de la moda en Colombia requiere más que una simple adaptación normativa: implica reconocer a la moda como un sector estratégico que une creatividad, economía y cultura. La creación de políticas públicas y marcos legales especializados no solo fortalecería la protección de los diseñadores frente al plagio y la apropiación indebida, sino que también impulsaría la competitividad del país en el mercado internacional.

---

## Conclusiones

El derecho de la moda mezcla principios y tradiciones que básicamente son características dinámicas de la industria tanto de la moda como de la tecnología. La moda no es solo vestirse, aunque a veces se considera superficial y pasajera las nuevas generaciones la han aceptado como una forma de expresión y de actuar, fundamentándose en conceptos clave como la creación, la creatividad, la novedad y la innovación.

Esta industria, que tiene un impacto económico significativo a nivel mundial, se mueve constantemente a partir de las tendencias, gustos compartidos, y el estilo, la forma única de trabajar materiales y formas. El derecho de la moda interviene para regular todos los aspectos legales a lo largo del ciclo de vida de una prenda, desde la idea original del diseñador hasta el consumidor, y su propósito esencial es proteger las creaciones frente al plagio y la imitación a través de la propiedad intelectual.

Sin embargo, si bien los diseñadores son considerados artistas que deben innovar, la aplicación de los derechos de autor resulta muchas veces limitada en países como el nuestro, ya que las prendas de vestir tienen dificultades para ser consideradas obras.

La protección de las creaciones en el ámbito legal tiene una dualidad y limitación porque obliga a los diseñadores a depender en gran medida de la propiedad industrial. El derecho de autor tiene un alcance limitado porque las prendas en ocasiones no califican como obras, la defensa contra el plagio se centra en herramientas como los diseños industriales, que protegen los aspectos ornamentales y estéticos novedosos de un producto. Adicionalmente, las marcas registradas juegan un rol determinante al crear exclusividad, prestigio y un monopolio de explotación, lo cual es importante para diferenciar productos en un mercado altamente competitivo, incluso cuando los diseños básicos pueden ser replicados por otras firmas.

Es vital establecer un marco legal completo y estratégico para la industria de la moda, porque no solo es un motor económico global sino también como una expresión cultural que otorga visibilidad a ciertos grupos sociales. En este contexto, el principal desafío legal reside en diferenciar claramente entre la inspiración cultural legítima que impulsa la creatividad y el plagio, que se entiende como la apropiación fraudulenta y desleal de creaciones ajenas.

## Sección de discusión

Los resultados de esta investigación evidencian que el impacto de la tecnología en la protección de la propiedad intelectual y la prevención del plagio en los diseños de moda en Colombia ha sido predominantemente negativo. Aunque las herramientas digitales han permitido una mayor visibilidad, democratización y expansión del mercado, también han facilitado la reproducción no autorizada y la rápida difusión de diseños, debilitando la capacidad de respuesta jurídica ante las infracciones.

Se observa que los mecanismos legales actuales, fundamentados en normas generales de propiedad intelectual, no responden adecuadamente a las particularidades de la industria de la moda, generando vacíos normativos y desprotección para los creadores. Esto demuestra que la velocidad con la que avanza la tecnología ha superado la capacidad del derecho para adaptarse, provocando un desequilibrio entre innovación y regulación.

En este contexto, los diseñadores enfrentan un entorno donde sus creaciones pueden ser copiadas, comercializadas y distribuidas en cuestión de horas, sin herramientas eficaces para reclamar la autoría o frenar la divulgación. La investigación permite concluir que la ausencia de un marco jurídico específico limita la eficacia de las medidas de protección, afecta la competitividad de los diseñadores nacionales y reduce los incentivos para innovar. Este vacío legal se traduce en una vulnerabilidad estructural que impacta no solo a los creadores individuales, sino también al desarrollo económico y cultural del país.

Un hallazgo relevante es que el fenómeno del plagio no se restringe únicamente a las marcas de bajo costo o al fast fashion. Grandes casas de moda y marcas de lujo también han sido señaladas por prácticas de apropiación indebida, tanto entre ellas mismas como respecto a comunidades étnicas y culturales. Estas firmas, en múltiples ocasiones, han utilizado emblemas, símbolos, tejidos o técnicas tradicionales sin autorización, reconocimiento ni compensación, vulnerando derechos colectivos y patrimoniales. Esto plantea un dilema ético y jurídico sobre la apropiación cultural en la moda, especialmente en países como Colombia, donde las expresiones artesanales constituyen un activo cultural invaluable. En este sentido, la investigación evidencia la

urgencia de diseñar mecanismos legales que protejan no solo la propiedad individual, sino también los derechos colectivos sobre el patrimonio inmaterial.

Frente a este panorama, los resultados sugieren que el problema no radica únicamente en la insuficiencia de las normas, sino también en la falta de conciencia legal y cultural sobre la moda como manifestación artística e intelectual. Aunque existen disposiciones internacionales, como las emanadas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), y normas comunitarias como la Decisión Andina 486, su aplicación práctica en el país es limitada y dispersa. Esto refuerza la necesidad de un marco normativo especializado que articule la protección del diseño, la propiedad intelectual y los derechos culturales, en sintonía con la dinámica tecnológica y económica actual.

Los hallazgos de este estudio coinciden con investigaciones previas que advierten sobre la brecha entre la legislación tradicional y las nuevas realidades digitales. Sin embargo, este trabajo aporta una mirada integral que combina dimensiones tecnológicas, jurídicas y socioculturales, ofreciendo un enfoque más amplio del problema. Las fortalezas de la investigación radican en su base documental, el uso de fuentes nacionales e internacionales tanto en español como en inglés y la integración de diversas perspectivas teóricas. No obstante, una debilidad es la escasez de datos estadísticos actualizados sobre el plagio en la moda en Colombia y la falta de jurisprudencia específica que permita evaluar la respuesta judicial de forma más precisa.

La investigación demuestra que la tecnología, aunque potencia la difusión y visibilidad de la moda, también ha intensificado el plagio y ha revelado la incapacidad del sistema jurídico colombiano para responder a las exigencias de una industria altamente dinámica. La moda, entendida como un sector cultural y económico estratégico, requiere una atención legislativa diferenciada que combine innovación, ética y justicia.

Como recomendación para futuras investigaciones, se propone el desarrollo de un marco jurídico especializado que reconozca el diseño de moda como una categoría protegible dentro de la propiedad intelectual, con reglas claras adaptadas a la realidad digital. Asimismo, se sugiere realizar estudios empíricos que midan el impacto económico del plagio, promover políticas públicas que regulen el uso de expresiones culturales tradicionales en la moda, garantizar compensaciones justas a las comunidades creadoras y fomentar campañas de concientización para

consumidores y diseñadores. Finalmente, se invita a profundizar en el estudio de las prácticas de plagio entre marcas de lujo y en la ética del uso de símbolos culturales, para establecer lineamientos que aseguren una moda respetuosa, innovadora y legalmente protegida.

## Referencias.

- Alguero, M. O. (2025). *El mercado de moda en Colombia mueve \$34 billones al año, equivalente al 10% del PIB industrial*.  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/cuales-son-las-tendencias-de-moda-que-mas-consumen-y-compran-en-colombia-OI26484785>.
- Barrantes-Serrano, R. C., Tambini-Ávila, M. M., y Atahualpa- Cossio, A. F. (2023). El derecho de la moda está de moda. *Revista Derecho & Sociedad*, (61), 1-16.
- Bohórquez de González, C., Sanabria Velasco, N., y Gómez Córdoba, F. (2017). *Protección de la propiedad intelectual en la moda*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad la Gran Colombia].  
<https://repository.ugc.edu.co/server/api/core/bitstreams/b54fe907-be60-4ab8-996e-7d4bb6a1ca9d/content>
- Colombia. Corte Constitucional. (1996). Sentencia C-276 de 1996: *acción pública de inconstitucionalidad contra los artículos 20, 81 y 98 de la ley 23 de 1982, sobre derechos de autor*. M.P María Teresa Garcés Lloreda. Corte constitucional.
- Comunidad Andina. (14 de septiembre de 2000). Decisión 486. Por la cual se expide la comunidad Andina. <https://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC486.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (15 de enero de 1996). ley 256. por la cual se expide la ley de competencia desleal.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38871>
- Delgado Otalvaro, L.V. (2021). *La protección jurídica de los diseños de moda contra la imitación y la reproducción en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana].  
<https://vitela.javerianacali.edu.co/server/api/core/bitstreams/f5014a35-2898-40d0-a3d5-0f0580a1c8e6/content>.
- Delgado Ramírez, M. P., y Duque Duque, S. (2022). *El derecho de la moda y su evolución en Colombia: los retos legales que se derivan de la aplicación del derecho de la moda en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad EAFIT].  
<https://repository.eafit.edu.co/server/api/core/bitstreams/6995901c-78d5-4ca5-a046-af9a1eb9229d/content>
- Marín Villareal, M. J. (2023). *Propiedad intelectual y fashion law*. [Trabajo de grado de especialización, Pontificia Universidad Javeriana].
- Marrero-Severino, M. (2019). Apropiación cultural en la industria de la moda: ¿inspiración o plagio?. *Revista Anuario Dominicano de Propiedad Intelectual*, (6), 79-100.
- Organización mundial de la propiedad intelectual (OMPI) (2024). *Nuevos datos de la OMPI muestran el rápido crecimiento y la expansión mundial de la inversión en activos intangibles*.

---

[https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2024/article\\_0008.html](https://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2024/article_0008.html)

Pinto Tavera, L. L. (2018). *Mecanismos legales frente a la comercialización de réplicas*. [Trabajo de grado de maestría, Universidad Pontificia Bolivariana].

[https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/5433/digital\\_36756.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/5433/digital_36756.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rios Avila, N. S. (2022). *Derecho de la Moda: los diseños de moda como objeto de protección jurídica especializada en Colombia*. [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Rosario].

Salas, B. (2021). La moda y la propiedad intelectual: especial referencia al Diseño Industrial. <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/julio-2021/proteccion-a-la-propiedad-industrial/la-moda-y-la-propiedad-intelectual-especial-referencia-al-diseño-industrial>.

Salas Pasuy, B. (2020). *La moda y la propiedad intelectual*. Editorial Universidad Externado de Colombia.

Salas-Pasuy, B. (2013). la industria de la moda a la luz de la propiedad intelectual. *Revista la propiedad inmaterial*, (17), 145-161.

Scafidi, S. (2007). *Who Owns Culture? Appropriation and Authenticity in American Law*. Editorial Rutgers Series: The Public Life of the Arts.

Timal-López, S. y Sánchez-Espinoza, F. (2017). El plagio en el contexto del derecho de autor. *Revista de Ciencias Sociales*, (42), 53.