



**UNIVERSIDAD  
ESTATAL  
DE BOLIVAR**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y  
POLITICAS**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del Grado de  
Abogada

**TÍTULO**

**EL DERECHO DEL TITULAR DE MARCAS EN RELACION AL USO  
NO AUTORIZADO EN EL METAVERSO Y NFT'S**

**AUTOR**

Emily Victoria Murillo Vega

**CARRERA**

DERECHO

**TUTORA**

DRA. DIDIAN GONZÁLEZ ALBERTERIS, MSc.

**AGOSTO 2023**

**GUARANDA - ECUADOR**

## II. CERTIFICACION DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

YO, **DRA. ANA DIDIAN GONZALES ALBERTERIS**, Tutora del Trabajo de Investigación Curricular, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, al tenor de lo previsto en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, certifico:

Que la señorita **EMILY VICTORIA MURILLO VEGA**, ha desarrollado su proyecto de titulación para optar por el Grado de ABOGADA, cumpliendo con las sugerencias y observaciones realizadas por la suscrita en su Trabajo de Integración Curricular, titulado: “EL DERECHO DEL TOTULAR DE MARCAS EN RELACION AL USO NO AUTORIZADO EN EL METAVERSO Y NFT’S”, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por la Ley, siendo de su propia autoría, por lo que apruebo el mismo y autorizo su presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente.

  
**DRA. ANA DIDIAN GONZÁLEZ**  
**TUTORA**

### III. DECLARACION JURAMENTADA DE LA AUTENTICIDAD DE AUTORIA

Yo, **MURILLO VEGA EMILY VICTORIA**, con C.c. 1752108793, egresada de la Carrera de Derecho de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, bajo juramento, declaro en forma libre y voluntaria que el presente Trabajo de Integración Curricular, titulado: **“EL DERECHO DEL TITULAR DE MARCAS EN RELACION AL USO NO AUTORIZADO EN EL METAVERSO Y NFT’S”**. es de mi autoría, así como las expresiones vertidas en la misma, que se ha realizado bajo la recopilación bibliográfica tanto de libros, revistas, publicaciones, entrevistas y artículos de legislación ecuatoriana para el presente trabajo investigativo.



Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Emily Victoria Murillo Vega".

**MURILLO VEGA EMILY VICTORIA**

**AUTORA**



*Notaría Tercera del Cantón Guaranda*  
*Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez*  
 Notario



No. ESCRITURA	20230201003P01925
---------------	-------------------

**DECLARACION JURAMENTADA**  
**OTORGADA POR:**  
**MURILLO VEGA EMILY VICTORIA**  
**CUANTIA: INDETERMINADA**  
**FACTURA: 001-006-000004478**  
**DI: 2 COPIAS**

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día veintitrés de agosto de dos mil veintitrés, **ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda**, comparece la señorita **MURILLO VEGA EMILY VICTORIA**, estado civil soltera, domiciliada en Quito y de paso por este cantón de Guaranda, con celular número 0998780779; por sus propios derechos. La compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, hábil e idónea para contratar y obligarse a quien de conocerla doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana, bien instruida por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertida de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento que dice: **Declaro que el presente trabajo de investigación titulado: "EL DERECHO DEL TITULAR DE MARCAS EN RELACION AL USO NO AUTORIZADO EN EL METAVERSO Y NFT'S"**. Previo la obtención del título de abogada de la República del Ecuador, de la facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, es de mi autoría, este documento no ha sido previamente presentado por ningún grado de calificación profesional y que las referencias bibliográficas que se incluyen han sido consultadas por la autora. Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. **HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA**. La misma que queda elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se afirma y se ratifica de todo lo expuesto y firma conmigo en unidad de acto, quedando incorporado al protocolo de esta Notaría, la presente declaración, de todo lo cual doy fe.-

*Murillo Vega Emily Victoria*

**MURILLO VEGA EMILY VICTORIA**  
 C.C. 1752108793



*Henry Rojas Narvaez*

**AB. HENRY ROJAS NARVAEZ**  
**NOTARIO TERCERO DEL CANTON GUARANDA**



### Document Information

---

<b>Analyzed document</b>	Trabajo de Integración Curricular.docx (D172396400)
<b>Submitted</b>	7/27/2023 12:44:00 AM
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	emmurillo@mailes.ueb.edu.ec
<b>Similarity</b>	0%
<b>Analysis address</b>	agonzalez.ueb@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

---

### Entire Document

---

### Hit and source - focused comparison, Side by Side

---

<b>Submitted text</b>	As student entered the text in the submitted document.
<b>Matching text</b>	As the text appears in the source.

Ana Didian González Alberteris

Docente- Tutora



---

## DERECHOS DE AUTOR

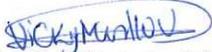
Yo; **Emily Victoria Murillo Vega**, portador/r es de la Cédula de Identidad No 1752108793, en calidad de autor y titular / es de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

**“EL DERECHO DEL TITULAR DE MARCAS EN RELACION AL USO NO AUTORIZADO EN EL METAVERSO Y NFT’S”** Proyecto de Investigación, de conformidad con el Art. 114 del **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

**Autora**

  
Emily Victoria Murillo Vega

#### **IV. DEDICATORIA**

A una Emily Victoria de niña, por el arduo trabajo realizado en toda su vida académica, por toda la dedicación, sacrificio y empeño realizado para llegar lejos.

A mis padres Anita y Bayron por ser el timón y el ancla en mi vida, por siempre darme su apoyo incondicional, por sus sacrificios, valores inculcados y amor brindado, por ser las personas a quien debo cada uno de mis logros.

A mis hermanos Sebastián y Alejandra por ser mi mejor espejo para cumplir con mis metas, por todo su amor, paciencia y palabras de aliento para cada día ser la mejor.

A mi gato Héctor, mi fiel compañero durante las arduas noches de estudio, por su compañía y cariño.

## V. AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios, por darme la sabiduría necesaria desde el inicio de mi carrera universitaria, por guiarme de mejor manera para tomar las decisiones correctas en relación a mi futuro profesional

A la Universidad Estatal de Bolívar, por permitirme crecer académicamente en todo mi proceso universitario.

A mi tutora, Dra. Ana Didian Gonzales por la paciencia, apoyo, buena predisposición y cariño en este proceso de titulación.

A cada uno de los docentes universitarios, por brindarme su conocimiento estos 5 años de carrera universitaria, por guiarme para ser una buena profesional.

A los Defensores Públicos de Bolívar, por darme la oportunidad de seguirme forjando académicamente, por brindarme todo su conocimiento de la cátedra para mejorar y fomentar de mejor manera mi futura carrera profesional.

A mi grupo de amigos Dome, Ruth y Sebas por el apoyo incondicional en todo el proceso académico.

## **VI. TITULO**

“El Derecho del titular de marcas en relación al uso no autorizado  
en el Metaverso y NFT´s”

## VII. ÍNDICE

II. CERTIFICACION DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	ii
III. DECLARACION JURAMENTADA DE LA AUTENTICIDAD DE AUTORIA .....	iii
IV. DEDICATORIA .....	vii
V. AGRADECIMIENTO .....	viii
VII. ÍNDICE .....	x
VIII. Índice De Figuras.....	xii
IX. Resumen.....	xiii
X. Introducción .....	1
CAPITULO I .....	3
1.1 Descripción del Problema .....	3
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Hipótesis.....	5
1.4 Variables.....	5
1.4.1 Variable Independiente.....	5
1.4.2 Variable Dependiente .....	5
1.5 Objetivos .....	5
1.5.1 Objetivo General .....	5
1.5.2 Objetivos Específicos.....	5
1.6 Justificación .....	6
Capítulo II .....	8
2 Marco Teórico .....	8
2.1 Antecedentes de la propiedad intelectual.....	8
2.1.1 Evolución de la propiedad intelectual.....	8
2.1.2 La propiedad intelectual en la actualidad .....	9
2.1.3 Derechos que ampara la propiedad intelectual.....	9
2.2 Derecho del titular de las marcas y su registro.....	9
2.3 Ventajas del registro de una marca .....	12
2.4 Diferencia entre una marca notoria y renombrada.....	13
2.5 Antecedentes del Metaverso y NFT's .....	15
2.5.1 Origen del Metaverso y NFT's .....	15
2.5.2 Evolución del Metaverso y NFT's .....	15
2.5.3 Actualidad del Metaverso y NFT's.....	17
2.6 Suficiente regulación marcaria dentro del Metaverso .....	19
2.7 Delincuencia Informática .....	23

2.7.1	Definición de delincuencia Informática .....	23
2.7.2	Causas y Consecuencias de la delincuencia informática.....	25
2.7.3	Daños ocasionados por la delincuencia informática en los titulares de las marcas 26	
2.8	Denuncias de infracciones marcarias en el Metaverso .....	28
2.8.1	Nike, Inc. Vs. StockX LLC.....	28
2.8.2	Hermès of Paris, Inc. Vs. Mason Rothschild .....	30
2.9	Derecho Comparado entre la legislación ecuatoriana y colombiana .....	33
2.10	Convenio de Paris.....	37
2.11	Doctrina First Sale .....	37
2.12	Principios Orientadores del Derecho Marcario .....	38
	Capítulo III - Metodología .....	41
3	Método de la investigación.....	41
3.1	Tipo de la investigación.....	41
3.1.1	Nivel de profundización: .....	41
3.1.2	Inferencia: .....	42
3.1.3	Período: .....	42
3.1.4	Tipo de investigación: .....	42
3.2	Técnicas e instrumentos de investigación .....	42
3.2.1	Investigación Cualitativa: .....	42
3.3	Criterio de inclusión y criterio de exclusión.....	43
3.4	Población y Muestra .....	43
3.5	Localización geográfica del estudio .....	43
4	Capítulo IV – Resultados y Discusión .....	44
4.1	Resultados.....	44
4.2	Discusión .....	45
5	Capítulo V – Conclusiones y Recomendaciones.....	46
5.1	Conclusiones .....	46
5.2	Recomendaciones .....	48
	Bibliografía .....	50

## VIII. Índice De Figuras

<b>Figura 1</b> Vault NFT.....	29
<b>Figura 2</b> Bolso Birkin de Hermés .....	31
<b>Figura 3</b> Metabirkins de Rothschild.....	32
<b>Figura 4</b> Primer NFT que inmortaliza un hito del fútbol ecuatoriano.....	34
<b>Figura 5</b> 593 NFT de tortugas endémicas de Galápagos.....	34
<b>Figura 6</b> Sajú en el metaverso .....	35

## **IX. Resumen**

Con el avance del internet se ha dado el nacimiento de una serie de mundos virtuales como es el metaverso y los NFT's (non fungibles token), que trae consigo un sinfín de desafíos y oportunidades, ya que son considerados por los titulares de las marcas como un entorno innovador para un nuevo desarrollo de sus negocios con una amplia gama de comercio electrónico.

Los propietarios de diferentes marcas dentro de este mundo virtual poseen el derecho exclusivo de sus activos intangibles, dando paso a un tema intelectual, con la aparición de nuevos canales de explotación para una marca y sus productos, conlleva la aparición de desafíos negativos, donde se exponen a un masivo incremento de delincuencia informática, como es la apropiación indebida o un aprovechamiento ilícito de una marca, teniendo como consecuencia jurídica un ciberdelito.

La metodología utilizada en el presente trabajo se basa en la metodología Cualitativa, y el tipo de investigación descriptiva, que se busca describir como se encuentra regulada la propiedad intelectual conjuntamente con los derechos de autor en los mundos virtuales y la investigación correlacional, que se basa en una comparación con otras investigaciones y legislaciones.

Con la aplicación de los métodos investigativos mencionados se espera obtener los resultados para determinar las causas de la insuficiente regulación marcaria dentro de los metaversos y NFT's, teniendo un impacto negativo en la reputación de la marca, y como estas acciones negativas se acomodan a un ciberdelito.

***Palabras Clave:*** Propiedad Intelectual, Derecho Marcario, Metaverso, Nft, Ciberdelitos, Infracción Marcaria.

## **Abstract**

With the advancement of the Internet, a series of virtual worlds such as the metaverse and NFT's (non fungible tokens) have been born, which brings with it a myriad of challenges and opportunities, as they are considered by brand owners as an innovative environment for a new development of their businesses with a wide range of e-commerce.

The owners of different brands within this virtual world have the exclusive right to their intangible assets, giving way to an intellectual issue, with the emergence of new channels of exploitation for a brand and its products, brings the emergence of negative challenges, where we are exposed to a massive increase in computer crime, such as misappropriation or unlawful use of a trademark, having as a legal consequence a cybercrime.

The methodology used in this work is based on Qualitative methodology, and the type of descriptive research, which seeks to describe how intellectual property is regulated together with copyright in virtual worlds and correlational research, which is based on a comparison with other research and legislation.

With the application of the mentioned research methods it is expected to obtain the results to determine the causes of insufficient trademark regulation within metaverses and NFT's, having a negative impact on the reputation of the brand, and how these negative actions are accommodated to a cybercrime.

**Keywords:** Intellectual Property, Trademark Law, Metaverse, Nft, Cybercrime, Trademark Infringemen

## **X. Introducción**

Hoy en día las marcas forman parte de nuestra vida diaria, ya que, al ser un signo distintivo cuyo objetivo es diferenciar una actividad comercial, ya sea un producto o servicio. Estableciéndose como una herramienta indispensable en el ámbito comercial y empresarial, puesto que por medio de esta es posible diferenciarlos de la competencia. Convirtiéndose en un bien intangible, así como también la relevancia de su protección tanto en el mundo físico como en los nuevos mundos virtuales.

Con la evolución constante de la tecnología, los Metaversos y NFT se han convertido en el nuevo boom tecnológico, ya que más allá de ofrecer realidades virtuales, ofrece realizar las mismas actividades que se realizan en la vida real sin salir de la comodidad del hogar. Esta nueva realidad significa un giro de 360 grados en todos los ámbitos, proponiendo una innovación en la forma de intercambiar servicios, productos o bienes, por el hecho de que no solamente se centra en fines de entretenimiento, sino en temas generales como académicos, sociales, económicos, culturales y por ende fines jurídicos englobando diversas ramas del derecho.

Refiriéndose principalmente en la rama de Propiedad Intelectual, la misma que se centra en la protección de bienes tangibles, como intangibles, especialmente en el ámbito de derecho marcario, esta realidad virtual trae consigo nuevas formas de comercialización, convirtiéndose en ingresos innovadores para los titulares de las marcas, ya que la exposición de estas se encuentra a nivel global.

Sin embargo, el sinnúmero de retos jurídicos que trae consigo esta nueva realidad virtual se centra principalmente en la protección de las marcas frente a terceras personas, y las escasas regulaciones que establece el metaverso teniendo como consecuencia un cibercrimen. Pese a

no existir una correcta regulación marcaria dentro del metaverso, no ha sido un impedimento para los titulares de marcas comerciales en promocionar sus productos o servicios.

Este trabajo de investigación tuvo su punto de partida en la insuficiente regulación marcaria en el Metaverso y NFT's, el actuar de las diferentes legislaciones ante las infracciones marcarias, la posición de los titulares marcarios frente a posibles infracciones, y los primeros procesos por infracciones marcarias de marcas renombradas en metaverso, y como las infracciones se convierten en cibercriminos.

Así como también posibles alternativas para evitar una infracción marcaria, en relación con la apropiación marcaria frente a terceras personas, con la utilización de una investigación cualitativa, a base de una investigación explorativa, descriptiva y explicativa con base en la protección marcaria. Los resultados esperados en la presente investigación se centrarán en la forma de prevenir una infracción marcaria o a su vez en posibles alternativas para la protección de marcas comerciales en el Metaverso y NFT's.

## CAPITULO I

### 1.1 Descripción del Problema

Con los avances tecnológicos ha sido posible la creación de Metaversos, que son mundos virtuales ficticios en la que tanto sus consumidores como sus usuarios pueden interactuar en este mundo virtual por medio de un avatar, que simula una nueva forma de intercambiar bienes y servicios sin limitaciones de espacios temporales. Se considera como una atracción e innovación para los titulares de diferentes marcas.

Los titulares de diferentes marcas consideran a los NFT's (non fungible token) como un elemento fundamental para poder crear economías dinámicas en los diferentes mundos digitales, ya que se consideran como una gran oportunidad comercial establecida como una alternativa innovadora que promete a sus usuarios la propiedad o autenticidad de su marca.

El registro de una marca es importante, ya que a su titular le otorga los derechos de exclusividad que tiene sobre ella, con la finalidad de evitar que terceras personas ajenas a la marca puedan sacar provecho de la misma. Pero el error de muchos es creer que una vez que ha sido registrada la marca en su país, la OMPI la protegerá de los Metaversos existentes en el país o peor aún, optan por confiar en las nulas políticas de protección que ofrecen.

La nueva realidad virtual tiene muchas opciones, así como también posibilidades, se demostró que esta nueva realidad virtual es muy rentable. Aunque dentro del clasificador internacional de Niza no se encuentra clasificado el Metaverso como tal, existen otras opciones, para constituir las marcas encaminadas a la utilización en el mundo virtual, como son las clases 35 y 41.

En un entorno en constante cambio como es el Metaverso, el daño que generan sobre las marcas es un gran aspecto negativo la reputación de la marca, es por eso que es importante tomar en cuenta, según algunas investigaciones, que los informes periciales de

reputación permiten un objetivo doble en este tipo de casos. “Por un lado, acreditar el daño reputacional generado por un conflicto en torno a elementos identitarios de marca y, por otro lado, ayudar a medir el grado de semejanza o diferencia entre las marcas o productos en conflicto” (L&C, 2022).

Con la continua evolución de las nuevas tecnologías, se exponen a un incremento de la delincuencia informática, y al hablar de delincuencia informática no solo se hace referencia a sabotajes o delitos de acceso ilícito a sistemas informáticos, también se habla de la aparición de nuevas formas de piratería o aprovechamiento ajeno con la apropiación indebida de un tema intelectual. Es decir, marcas, ideas, logos, ocasionando perjuicios económicos en la venta, distribución y publicidad, teniendo como consecuencia un ciberdelito, por ende, debe existir una rigurosa regulación para la correcta aplicación de la ley en estos casos.

Se prevé que el creciente número de usuarios activos en entornos virtuales, como el Metaverso, hará crecer la cifra y el tipo de delitos en estas plataformas. Para 2026 se espera que el 25% de la población pase al menos una hora al día en el Metaverso, por lo que se hace cada vez más urgente diseñar un marco normativo que garantice la seguridad y la integridad de las personas en estos espacios (Hernandez & Levy, 2022)

Estableciéndose como un delito informático o los llamados ciberdelitos al momento que terceras personas optan por robar temas intelectuales de los productos ofertados a través del metaverso y los NFTs, ya que en este caso no solo estaría afectando al titular de la marca, sino también a las personas consumidoras.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son las consecuencias jurídicas de la suficiente regulación y protección marcaría dentro del metaverso y NFT's?

### **1.3 Hipótesis**

Por falta de suficiente regulación marcaria existe la vulneración de los derechos del titular de las marcas comerciales en el Metaverso y NFT's, convirtiéndose en un ciberdelito.

### **1.4 Variables**

#### ***1.4.1 Variable Independiente***

Suficiente regulación marcaria en el Metaverso y Nft's.

#### ***1.4.2 Variable Dependiente***

Vulneración de los derechos del titular de las marcas comerciales

### **1.5 Objetivos**

#### ***1.5.1 Objetivo General***

Analizar el impacto negativo de los Metaversos y los NFT's a base de las infracciones marcarias y las consecuencias que estas acarrearán con la finalidad de evitar la vulneración a la propiedad intelectual.

#### ***1.5.2 Objetivos Específicos***

Explicar que son los NFT's y la diferencia entre una marca tradicional y una marca digital con la finalidad de entender la aplicación de cada una en la propiedad intelectual.

Enunciar los principios orientadores y las doctrinas tradicionales existentes en el Metaverso y su relación con el Código de Ingenios, con el objeto de evitar violaciones de derechos.

Identificar el derecho comparado entre la legislación ecuatoriana y colombiana, con el objeto de adecuarla a la legislación nacional

## 1.6 Justificación

La constante evolución del internet, ha sido el principal medio de influencia para la creación de los Metaversos y NFT's, que se constituyen como un mundo virtual, en el que tanto usuarios como consumidores interactúan a través de avatares que simbolizan a cada uno de los usuarios, con sus mismas habilidades, representando su vida en este mundo virtual

Desde su creación hasta la actualidad han provocado un gran cambio social y tecnológico, sobre todo en los autores que se dedican a promocionar su marca en este mundo virtual, con la venta de sus productos por medio de los NFT's, creando así una nueva forma de generar ingresos.

Como ocurre en el mundo físico, existen diversas cuestiones jurídicas que surgen en el metaverso, como: la privacidad y la recopilación de datos, la defensa de la competencia, la libertad de expresión y la difamación, así como la propiedad intelectual, incluido el derecho de autor, las patentes y las marcas. Para los titulares de marcas, la protección de estas en el metaverso es fundamental, ya que, al ser un nuevo mundo por explorar, no saben con qué cuestiones legales se pueden encontrar.

Por otro lado, la propiedad intelectual es una rama amplia del derecho, puesto que tiene diversas derivaciones, y una de ellas es el derecho de autor, que se basa principalmente en el reconocimiento que se realiza a una persona por la creación de un producto que es innovador, único y funcional. Esta investigación se centra en el nulo control de normas de seguridad dentro del Metaverso a base de los derechos del autor, provocando que varias empresas tengan grandes pérdidas económicas, ya que los llamados "piratas" optan por robar sus diseños y productos provocando delincuencia informática.

Se puede decir que la delincuencia informática se basa principalmente en hechos ilícitos por medio del uso de un sistema tecnológico, donde atentan contra los derechos de las

personas que forman parte de un mundo virtual; y con el desarrollo constante del Metaverso como los NFT's están expuestos a un gran porcentaje de incidencias delictivas, como es falsificaciones, daños informáticos, sabotajes, robo de datos, constituyéndose como ciberdelitos.

Dado que existe una disparidad en las cuestiones jurídicas en el mundo virtual, se presentan grandes incidencias en todos los ámbitos, especialmente en el ámbito marcario. Esto implica una urgencia por la elaboración de un instructivo dentro del Metaverso, con el propósito de determinar las consecuencias que se pueden presentar aquellos que violan los derechos marcarios establecidos por la propiedad intelectual, y una normativa que ajuste los nuevos delitos que están surgiendo en este mundo virtual.

Es factible realizar la presente investigación sobre la base de un método Cualitativo, ya que se basa en un enfoque social y como estas conductas negativas se convierten en delitos dentro de los mundos virtuales. Porque se lograría un decreciente porcentaje en violación de derechos de autor dentro de los Metaversos y en el uso de NFT's, basándose en un tipo de investigación exploratoria y correlacional.

## Capítulo II

### 2 Marco Teórico

#### Derecho del titular de las marcas en el Ecuador

##### 2.1 Antecedentes de la propiedad intelectual.

###### 2.1.1 *Evolución de la propiedad intelectual*

La propiedad intelectual ha estado presente en todas las etapas de evolución de la humanidad, las mismas que, en un inicio, fueron creadas para satisfacer las necesidades básicas para la supervivencia. Como punto de partida, se toma en cuenta los primeros jeroglíficos encontrados en la época de las cavernas, así como también la creación de instrumentos de caza, y recolección de frutos.

En la antigua Roma, por medio del derecho romano, existió la Lex Cornelia, la misma que tipificaba la falsificación y la utilización del nombre falso, sobre la creación de una obra o de una marca. Pero, no es hasta la mitad del siglo XV, con la creación de la imprenta, que la propiedad intelectual empieza a tener relevancia en la sociedad, ya que, al existir una gran demanda por la producción y distribución, traía consigo el peligro de la falsificación, surgiendo de esa manera los llamados “Privilegios de Impresión”.

En 1710 se consolida el “Statute of Anne” considerado uno de los sistemas fundadores de la propiedad intelectual en Europa en lo que se refiere a derechos de autor o copyright. Por otra parte, en 1787 en Estados Unidos se implementa en la Constitución la “Copyright clause”, la misma que establecía que los derechos de autor serán otorgados por un tiempo limitado, cuyo objetivo era la erradicación de los monopolios.

En relación con la importancia y evolución tanto de la sociedad, como de la propiedad intelectual en diversos campos. En 1883 se firma el Convenio de París para la protección de

la propiedad Industrial y en 1886 se firma el Convenio de Berna para la protección de obras artísticas y literarias.

### ***2.1.2 La propiedad intelectual en la actualidad***

En la actualidad, la Propiedad Intelectual tiene como principal objetivo la protección de las creaciones intelectuales de los seres humanos, ya sean bienes muebles e inmuebles. En ese sentido, en el año 1967 se creó a nivel mundial la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), la mencionada institución se encarga de proteger la propiedad intelectual alrededor de todo el mundo, el mismo que cuenta con 193 estados miembros, entre los cuales se encuentra el Ecuador.

### ***2.1.3 Derechos que ampara la propiedad intelectual***

En el Ecuador, con la primera Ley de Propiedad Intelectual establecida en el año 1999, su derogación y la implementación del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación del año 2006, se establecieron los derechos que ampara la Propiedad Intelectual, la cual se divide en tres:

- Propiedad intelectual: se enfoca en la protección de un bien intangible, es decir, que no tiene una naturaleza física, basándose principalmente en elementos de la industria.
- Derecho de autor y Derechos Conexos: se enfoca en la protección de bienes tangibles, basándose en libros, conferencias, dibujos, obras, etc.
- Obtención de vegetales y conocimientos Tradicionales: se enfoca en el área de la biodiversidad y la protección de una variedad vegetal, basándose no solamente en la protección del bien, sino en la protección de su descubridor. (Ecuador, 2016)

## **2.2 Derecho del titular de las marcas y su registro**

### **Origen del Derecho Marcario**

El derecho marcario tiene su origen desde los primeros descubrimientos antropológicos, iniciando con los dibujos rupestres en la época cavernaria. En la antigua Roma es considerada como el punto de partida del derecho marcario, surgiendo la necesidad de distinción, con la finalidad de reconocer a su propietario, bajo el concepto “signum”; En el antiguo Egipto aparecieron las marcas distintivas en el ámbito de la albañilería, estableciéndose que cada construcción realizada debe llevar el signo de la cantera, para saber a quién se le atribuía dicho trabajo y el origen de la piedra; en la antigua China, Grecia y Roma su signo distintivo plasmado en las piezas de porcelana y cerámica, con la finalidad de establecer el país de origen al que pertenecen.

“Esta práctica de marcar los bienes con un signo gráfico para certificar su origen y calidad, se extendió en el mundo antiguo a medida que se desarrollaba el comercio y los productos se iban diversificando” (AGROBIOTEG, 2019).

En la edad media el uso de signos o marcas distintivas paso a tener más relevancia, utilizados para distinguir la propiedad de un producto o construcción, e incluso para distinguir a los animales. En esta época surgieron las llamadas heráldicas consideradas como marcas distintivas familiares; así como también la implementación de marcas para autenticar la pureza de los lingotes de oro; con la creación de la imprenta y la creciente demanda de obras literarias permitió la implementación de marcas que estableció a quien se le atribuía dicha edición.

Por consiguiente, en el año 1266 en Inglaterra se crea la primera ley sobre las marcas “Bakers Marking Law”, cuyo objetivo se basaba en el control del mercado de pan, ya que los panaderos debían implementar su marca distintiva en cada pan que fabricaban. Durante la implementación de las marcas, más allá de ser considerado como un signo distintivo, puesto

que no solo protegen al producto, sino también a sus creadores y fabricantes, garantizando así la calidad de cada producto.

El Derecho Marcario se estableció con la evolución de signos a marcas distintivas, y a su vez con el constante desarrollo de la humanidad surgieron nuevas necesidades, lo que significó un aumento de demanda tanto en bienes como en servicios. Es importante señalar que la implementación publicitaria tuvo un gran impacto en el mercado, contribuyendo a las empresas para la creación de nuevos productos.

### **¿Qué es una marca?**

La marca es un signo distintivo, ya sea de un tema comercial o industrial, cuyo principal objetivo es distinguir un producto o un servicio de otro. La misma que nace de la propiedad de un bien intangible, con la finalidad de la protección de la misma, convirtiéndose en un derecho real. El Art. 359. Registro de marca. Del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, establece: “Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado” (Ecuador, 2016, pág. 128)

### **Principios de una marca:**

- Principio de Territorialidad:

Este principio se refiere a la protección territorial que tiene una marca, es decir, será protegida únicamente en el país donde ha sido registrada.

- Principio de Especialidad:

Como su nombre lo indica, debe ser único, no puede existir otra marca registrada de similares características, o en caso de existir una marca similar, la misma pueda ser diferenciada, ya sea por sus productos o servicios.

- Principio de Temporalidad:

Este principio se basa en el tiempo de vigencia que tiene el registro de una marca, en Ecuador, el tiempo de vigencia es de 10 años, a partir de la concesión del registro, y podrá ser renovada. (Martinez, 2021)

### **2.3 Ventajas del registro de una marca**

La importancia del registro de la marca es de vital importancia, ya que se obtiene el derecho sobre la misma y de esta manera se garantiza la protección de los llamados piratas o falsificadores y evitar que estos ofrezcan el mismo producto o servicio.

En el Ecuador la solicitud para el registro de una marca se debe realizar en el SENADI (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales), la marca puede ser registrada por cualquier persona natural, jurídica, nacional o internacional, siempre y cuando la marca a registrar se relacione con conocimientos de derecho intelectual.

Una vez que se concede el registro de la marca por el SENADI, la misma tiene una protección de 10 años, y puede ser renovada indefinidamente, la renovación se puede solicitar 6 meses antes o después del vencimiento de la protección. En la actualidad, en el régimen Comunitario Andino, se aplica el sistema atributivo, el mismo que constituye que para que una marca tenga la respectiva protección y goce como un derecho, debe estar registrada para que su uso sea únicamente exclusivo.

En el Ecuador, se consideran cuatro signos distintivos para el registro de la marca, los mismos que se determinan de la siguiente manera: Marca, Nombres, Lemas, Rótulos. Los titulares de las marcas al momento de registrar la misma, no solo están obteniendo un título de derecho, sino también una serie de beneficios.

Únicamente el titular de la marca tiene el derecho del uso de la misma; El titular de la marca puede proceder en contra de terceras personas que intenten sacar provecho de la marca; En caso de existir una marca con similares características, ya sean signos, nombres,

colores, etc., estarían infringiendo los derechos otorgados, y por ende se restringe su comercialización. El titular podrá vender su marca por medio de franquicias, u otorgar licencias para la utilización de la misma; Una marca registrada se convierte en un activo intangible, es decir, carece de más valor monetario que una marca que no se encuentre registrada.

## **2.4 Diferencia entre una marca notoria y renombrada**

### **Marca Notoria:**

La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, en su Artículo 244, establece: “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” (La Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

La marca notoria se basa primordialmente en la protección del signo distintivo de la marca que es conocido en el mercado, y como gracias a su registro, el titular de la marca posee protección y beneficios. Evitando la copia o repetición de su signo distintivo, conservando el principio de especialidad, el mismo que, se basa en el mercado y en la utilidad que le da a la marca en lo que se refiere al servicio o producto en específico que represente, todo en relación con el clasificador internacional de Niza.

Los riesgos a los que se enfrenta la marca notoria se basa en el riesgo de dilución y el riesgo parasitario. El primero se relaciona con el uso de signos o rasgos que tengan las similares características, ya que de esa manera se corre el riesgo de que su comercialización o utilización se vea afectada, causando un gran riesgo de confusión; la segunda, como su mismo nombre, lo indica es un parásito, puesto que terceras personas se aprovechan del prestigio que posee la marca, convenciendo a los consumidores que los productos o servicios

tienen la misma calidad de una marca notoria, ofreciéndolos a los consumidores a un precio sumamente bajo.

### **Marca renombrada:**

La marca renombrada es aquella que es reconocida por el público en general, sin importar si el público al que se hace mención es parte de la comunidad de consumidores. La característica primordial es que su permanencia en el mercado ha sido constante, teniendo una buena acogida por parte del público.

Se consideran renombradas aquellas marcas que por medio de la publicidad han logrado posesionarse a nivel global, formando parte ya del diario vivir del público en diferentes ámbitos, como consumidores, proveedores, fabricantes, etc.; un claro ejemplo es la marca Coca Cola, la misma que a lo largo de los años y la buena publicidad ha tomado una gran relevancia en la actualidad, y no solo por sus bebidas gaseosas, sino también abarca otros sectores como textiles, obteniendo una actividad económica exitosa. Deja de lado los principios de territorialidad y especialidad, ya que su producción y comercialización va más allá de las fronteras del país en el cual se realizó el registro.

### **Diferencia entre una Marca tradicional y una Marca Digital**

#### **Marca Tradicional:**

La marca tradicional busca la distinción de un servicio o producto en el mercado, la misma que se encuentra constituida por diversos elementos diferenciadores como: Números, signos; Imágenes, logotipos, figuras, símbolos; Letras, palabras o combinación de palabras; Colores delimitados por colores o formas.

Las mismas se encuentran clasificadas de la siguiente manera: Denominativas, Figurativas, Tridimensional, Mixta, cuyo principal objetivo es diferenciar una marca de otra

dentro de un ámbito comercial. Como por ejemplo de marca mixta, el logo de la COCA COLA, así como también un ejemplo de marca tridimensional, los chocolates TOBLERONE.

### **Marca Digital:**

También llamada Marca No tradicional o en términos actuales “branding emocional”, busca una conexión emocional con los usuarios y consumidores de la era digital, teniendo como principal objetivo una comunicación a través de los cinco sentidos (olfato, vista, tacto, gusto y oído), con la finalidad de que la experiencia llevada a cabo sea de un giro de 360°.

El comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, estableció las marcas visibles y no visibles dentro de las marcas no tradicionales:

- Marcas visibles abarcan: marcas tridimensionales, de color, animadas, de posición, comerciales y gestos, como por ejemplo la marca de posición, las etiquetas LEVIS en todas sus prendas siempre se ubican en un lugar en específico como en la parte trasera de los jeans.
- Marcas no visibles abarcan: marcas de movimiento, auditivas, de sabor, olfativas y táctiles, como por ejemplo de una marca auditiva, el tono de celular de la marca NOKIA, el ejemplo de una marca olfativa, la plastilina de la marca PLAY-DOH

## **La aplicación del derecho de las marcas en el Metaverso y NFT's**

### **2.5 Antecedentes del Metaverso y NFT's**

#### **2.5.1 Origen del Metaverso y NFT's**

#### **2.5.2 Evolución del Metaverso y NFT's**

El Metaverso comenzó en 1970, con la aparición y consolidación de los ordenadores, surgiendo los primeros mundos virtuales conocidos como MDU (MultiUser Dungeons), el cual se dedicaba a simular una aldea ficticia, todo esto por medio de comandos. De esta

manera, se implementa la palabra “hiperrealidad” en el año 1982 por el filósofo Jean Baudrillard, el mismo que: “describió la hiperrealidad como un estado en el que la realidad y las simulaciones estaban tan perfectamente integradas que eran indistinguibles” (Matthew, 2022)

La palabra Metaverso tiene su origen en la novela de ciencia ficción de Wiliam Gibson bajo el nombre de “ciberespacio”, pero es en el año 1992, en la novela “Snow Crash” del escritor Neal Stephenson, que este intenta darle una definición específica al Metaverso, establecida como un mundo virtual con similares características a la realidad.

La evolución del Metaverso se ha podido evidenciar a través de sus inicios con la Web 1.0, donde su aplicación era únicamente para formularios digitales, la Web 2.0, donde permite la aplicación de redes sociales, comunidades, blogs, etc. Y con la investigación realizada, el alcance de la Web 3.0 que permite la aplicación de nueva tecnología, web semántica, Metaverso y NFT's.

El Metaverso se encuentra en una constante construcción, ya que va de la mano con la evolución de la humanidad, como de la aparición de nuevas tecnologías, puesto que, su principal objetivo es la creación de la llamada “tercera dimensión” digital, la misma que permite una interacción por medio de representaciones digitales de cada usuario del Metaverso.

Los NFT's (Non Fungibles Token) tienen su origen en el año 2012, con la aparición de la comunidad Bitcoin, pero no es hasta el año 2014 cuando los NFT's se convierten en activos digitales, estableciéndose como una de las primeras criptomonedas con la comunidad de Blockchain. Popularizándose en el año 2017, por medio de la red Ethereum, se establecieron con un único código informático, el mismo que les garantizaba su protección.

Desde el año 2017 se han creado diversos programas con la utilización de los NFT's, como "CryptoPunks", "Cryptocelebrities" y uno de los más exitosos en todo el mundo tecnológico es el denominado "Cryptokitties", ya que este juego permitía a sus usuarios adoptar, cuidar, alimentar a un gato, con la única diferencia que este era un animal virtual.

Dicho de otro modo, no solo los juegos tuvieron su gran acogida, sino también temas artísticos, culturales, políticos y comerciales, puesto que los NFT's se encargaban de certificar la autenticidad y la propiedad de un producto. Surgiendo SuperRare, Makers Place, etc., considerados como los primeros mercados donde se vendían los non tokens fungibles, en especial para la compra y venta de obras de arte.

La evolución de los NFT's ha sido positiva, ya que lo que inicio como un tema de colección de bienes fungibles tales como monedas se aplicó para temas digitales como colecciones de videojuegos, música, deporte, moda, con la diferencia que son bienes no fungibles. Tomando como ejemplo a la banda Kings Of Leon que, al momento de sacar su primer disco, lo vendió como un NFT, convirtiéndose en un bien no fungible coleccionable.

### ***2.5.3 Actualidad del Metaverso y NFT's***

#### **¿Qué es el Metaverso?**

Se define como:

El Metaverso es una red expansiva de simulaciones y mundos 3D persistentes y en tiempo real que respaldan la continuidad de la identidad, los objetos, el historial, los pagos y los derechos, y puede ser experimentado sincrónicamente por un número limitado de usuarios, cada uno una sensación de presencia individual (Matthew, 2022).

#### **¿Qué son los Non Fungibles Tokens? (NFT'S)**

Son activos digitales que representan un bien o un servicio dentro de un mercado digital, que no pueden ser destruidos ni reemplazados, los mismos utilizan el mismo mecanismo tecnológico de las criptomonedas, pero con la diferencia que los NFT's son de carácter limitado, ya que pueden ser utilizados para vender o comprar. Su característica principal es la creación, distribución, compra y venta de productos o servicios originales. Puesto que funcionan sobre un Blockchain, representan un activo único que se encuentra vinculado directamente con el titular de la marca.

María del Carmen Alvarado y Daniela Supo (2022), mencionan:

Los NFTs se han utilizado ampliamente para rastrear la propiedad de los derechos de un nuevo tipo de coleccionable digital, que puede ser una fotografía, un video, una obra de arte, una grabación de sonido, un avatar, ropa digital, calzado, entre otros (pág. 119).

Las marcas en el metaverso juegan un papel importante, ya que buscan en sus usuarios o consumidores una nueva experiencia, cabe destacar que no solo se centra en temas de entretenimiento como videojuegos, sino también en temas industriales, automotrices, educacionales, artísticos sobresaliendo la moda, permitiendo la interacción de todo tipo de marcas mundiales del mundo físico. Es por eso que diversas empresas han optado por la creación de sus propios mundos virtuales, así como se enfrentan a nuevas oportunidades sociales y económicas y de igual manera a una serie de desafíos positivos como negativos.

El Metaverso y los NFT's se han convertido un medio de innovación económica a nivel global, dado que su presencia digital no solamente ofrece la oportunidad de explorar este mundo virtual, sino también posibilita actividades como: compras, viajes, juegos, trabajo, entre otros. A través de avatares, los usuarios y consumidores se encuentran en una tercera dimensión sin alejarse de la comodidad del hogar.

En relación con la problemática expuesta, este trabajo de investigación se centró en el derecho de los titulares de las marcas y la suficiente regulación marcaria existente en el Metaverso y NFT's, en base a la aplicación de la propiedad intelectual y como se complementa con otra rama del derecho.

Por lo tanto, uno de los grandes desafíos para los titulares de las marcas, a partir de la creación y aplicación del Metaverso como de los NFT's es las infracciones marcarias en este mundo virtual y como los derechos de los titulares de las marcas se ven afectados.

## **2.6 Suficiente regulación marcaria dentro del Metaverso**

El Metaverso y los NFT's se encuentran expuestos a un sin número de incidencias delictivas, las mismas que serán explicadas más adelante. Pero para que surjan estas incidencias delictivas, provocando un impacto negativo del Metaverso y NFT's debido a un nulo control de licencias o normas de seguridad en estos espacios virtuales que provocan una insuficiente regulación marcaria.

Es importante recordar que las marcas tienen un papel relevante, ya que son un elemento de la Propiedad Intelectual, puesto que se considera como la única rama del derecho que busca implementar la innovación, y se centró principalmente en la protección de bienes y servicios, ya sean tangibles o intangibles. La insuficiente regulación marcaria trae consigo una serie de desafíos, los mismos que son detallados a continuación:

En primer lugar, el denominado Trademark Squatting (Ocupación Ilegal de Marcas) o también conocida como Piratería Marcaria. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, señala la ocupación ilegal de marcas como el registro o la utilización de la marca extranjera popular, la misma que no se encuentra registrada en el país a utilizar o se encuentra inactiva por falta de uso.

Es fundamental destacar el principio de territorialidad, ya que se encarga de la protección de la marca exclusivamente en el país de registro, es decir, otorga todos los derechos y protecciones siempre y cuando la marca sea usada dentro del territorio. Sin embargo, este principio se considera un ámbito negativo para los titulares de las marcas, puesto que da paso a la utilización ilegal de la marca en relación con la jurisdicción.

Es esa manera como una tercera persona puede hacer uso de su marca en otro país alegando la creación de dicha marca. El tema transfronterizo es una garantía para que no exista la vulneración del derecho del titular de la marca, siempre y cuando este demuestre por medio de documentos la propiedad de dicha marca.

Evidentemente, el principio de territorialidad y el tema fronterizo tiene una nula aplicación tanto activos tangibles, ya que el error de muchas personas es creer que una vez que se realizó el registro en su país de origen, la protección abarca el ámbito internacional. El mercado Open Sea ha implementado mecanismos de defensa, el cual lleva a cabo un control riguroso, como la implementación de medidas de defensa, las cuales posibilitan la eliminación del contenido infractor. Sin embargo, esta acción resulta inútil, ya que este mercado carece del control sobre los activos que se suben al ciberespacio, lo que implica que el contenido infractor se mantendrá en el Blockchain donde inicio.

En segundo lugar, las falsificaciones y el riesgo reputacional de la marca se consideran como otras de las infracciones marcarias en el Metaverso. Las falsificaciones son consideradas como técnicas de suplantación de la identidad de una marca, cuando ya se encuentra registrada, por lo general se caracteriza por elementos identificativos como: signos, figuras, letras, colores, formas, logos, etc., ocasionando grandes pérdidas en el ámbito económico tanto en su fabricación, distribución, venta y publicidad.

En lo que se refiere la idea anterior, se considera riesgo reputacional de la marca, basándose en el conflicto que se crea al momento de existir dos o más productos o servicios que tengan los mismos elementos identificativos, teniendo como consecuencia grandes pérdidas económicas, comenzando con la calidad o seguridad de los productos o servicios ofertados.

En tercer lugar, las faltas de protección y vigilancia marcaría en el Metaverso constituyen elementos fundamentales para que las infracciones mencionadas en las líneas anteriores sean consideradas como un problema jurídico para los titulares de las marcas comerciales. Debido a la ausencia de licencias que garanticen la coexistencia de las marcas o licencias que se enfoquen principalmente en la protección del derecho marcario en el Metaverso, se ven expuestos a los ciberdelitos.

En última instancia, los términos y condiciones que persiguen evitar controversias y, en caso de existir dichas controversias, aplicar soluciones, enfocándose principalmente en temas comerciales, se consideraría como una solución alternativa ante las infracciones cometidas en estos mundos virtuales. Por ejemplo, la plataforma virtual Roblox, cuyo propósito es la creación de juegos virtuales, establece en sus condiciones que, al ocurrir una controversia o infracción, se pueden resolver a través de la eliminación de cuentas una vez que se ha comprobado la infracción cometida.

Cabe destacar que no todas las plataformas virtuales cuentan con los mismos términos y condiciones, como por ejemplo el Metaverso de la plataforma Meta determina en sus condiciones que, en caso de existir una controversia entre usuario y consumidor, la plataforma no tiene ninguna responsabilidad, la misma que deberá ser resuelta entre el usuario y consumidor.

Sin embargo, de aquello, estos términos y condiciones implementados en algunas plataformas virtuales se constituyen infracciones de “marcas registradas”, sin especificar el lugar de registro de la marca registrada y la aplicación de medidas de protección quedaría en la nada, ya que no determina un lugar donde se efectuará las medidas.

Tomando como ejemplo, a los populares mercados negros, en estas plataformas se ha detectado un gran número de delitos cibernéticos. No obstante, las plataformas cuentan con una rigurosa regulación, puesto que el control de los servicios o productos ilegales ofertados en el mismo está conectado directamente al sitio web, más no al consumidor o usuario que se encuentra tras la pantalla. La organización y la regulación de las plataformas tienen reglas rigurosas, pues al momento que un usuario o consumidor infringe las reglas para la misma, queda eliminado del sitio web.

El ejemplo tomado es una muestra de la falta de regulación marcaria dentro del Metaverso, ya que a pesar de que el mercado negro se limita únicamente a actividades delictivas, este cuenta con una buena organización y regulación sobre las infracciones que se cometen en dicha plataforma.

En el contexto legal actual, en temas virtuales, la falta de una regulación rigurosa que sancione las infracciones marcarias, define al Metaverso como un mundo sin ley, dado que no existe una autoridad principal que pueda tomar las medidas de una realidad virtual para poder sancionar a los infractores. Esto se debe a que no solo se trata de eliminar el contenido infractor, sino también de aplicar una serie de sanciones o prohibiciones a los infractores.

En temas de NFT's, se configura las llamadas criptoestafas, cabe destacar que se encargan de la colección y venta de activos intangibles. El mercado de NFT's se ha visto envuelto en problemas, ya que sus consumidores se han visto envueltos en estafas, donde los llamados piratas falsifican y venden estos activos, disfrazándose de reconocidos autores o

marcas, y los venden por millones de dólares. “Las estafas de NFT son un gran negocio. Incluyen, de todo, desde hacerse pasar por un artista y realizar ofertas falsas en Open Sea hasta errores tipográficos y tráfico de información privilegiada”. (Sanchis, 2022)

Se puede inferir que el Metaverso y los NFT’s han tenido un impacto negativo en la regulación marcaria, ya que la mayoría de los titulares marcarios que han optado por ofrecer sus productos y servicios debidamente registrados en las clasificaciones N.º 9,35,36 no cuentan con una garantía de protección ocasionando un ciberdelito, a diferencia del registro en el mundo físico donde al momento de registrar su producto o servicio, aparte del derecho se establece una serie de beneficios.

## **2.7 Delincuencia Informática**

### **2.7.1 Definición de delincuencia Informática**

Santiago Acurio (2010), define:

Delincuencia Informática es todo acto o conducta ilícita e ilegal que pueda ser considerada como criminal, dirigida a alterar, socavar, destruir, o manipular, cualquier sistema informático o alguna de sus partes componentes, que tenga como finalidad causar una lesión o poner en peligro un bien jurídico cualquiera (pág. 14).

Se determina como una conducta antijurídica en lo que se refiere a la apropiación y distribución en temas tecnológicos, principalmente en bienes intangibles, ocasionando daños intencionales para obtener un beneficio, ya sea económico o social.

El autor argentino Diego Migliorisi, clasifica en dos grupos a los delitos informáticos, el primero los Delitos Típicamente informáticos, los mismos que surgen por la creación del internet y sin este no podrían existir, como, por ejemplo: hacking, infecciones informáticas, programas espías, delitos relacionados con marcas, patentes, identidad de las personas, cyberquatting o la conocida Deep web.

El segundo grupo clasificado son los Delitos Configurados a través del internet, el mismo que se caracteriza por aquellos delitos que se encuentran tipificados, como, por ejemplo: calumnia, extorsiones, estafa, hurto, delitos contra la propiedad intelectual, acoso, cyberbullyng, etc. Dentro de la legislación ecuatoriana se encuentran consagrados en el Código Orgánico Integral Penal (COIP), los siguientes delitos: Ataque a la integridad de los sistemas, Interceptación ilegal de datos, Contacto con finalidad sexual, Apropiación fraudulenta, Falsificación, Suplantación de identidad, etc.

### **Delincuencia Informática en la Propiedad Intelectual.**

La presencia de actos delictivos en la propiedad intelectual se caracteriza por una acción delictiva, la cual se enfoca en la vulneración de los derechos y la protección que se brindan a los titulares de las marcas, ya sea mediante un servicio o producto, o mediante su creación, fabricación o distribución no autorizada, en beneficio de un tercero.

La concurrencia de dañar la propiedad intelectual se caracteriza por una acción delictiva, una acción que se enfocan en dañar a la propiedad en relación con la vulneración de los derechos y la protección que se brindan a los titulares de las marcas, ya sea en función de un servicio o producto, o por mediante su creación, fabricación o distribución no autorizada, en beneficio de un tercero.

Los intereses patrimoniales que se centran en la protección de los derechos de la propiedad industrial son considerados como uno de los principales medios tecnológicos para el cometimiento de delitos, convirtiéndose en un reto para dos ramas importantes del Derecho, la propiedad intelectual y el derecho penal.

En el Ecuador, el Código Orgánico Integral Penal (COIP), en la sección novena, determina los Delitos contra el Derecho a la Propiedad, especialmente los Actos Lesivos a la Propiedad Intelectual. Estos delitos se encuentran los Artículos 208 A, 208 B y 208 C, los

cuales se refieren al contenido subjetivo y las disposiciones que pueden ser aplicadas cuando se cometió un delito contra la propiedad intelectual.

### **Delincuencia Informática en el Ciberespacio**

Un grupo delictivo organizado: “Intenta regular y controlar la producción y distribución de un determinado producto o servicio de manera ilícita” (Varese, 2010). La corrupción política es una causa de delito informático en el ciberespacio. Se trata de delitos financieros en relación con los asuntos económicos del estado y de amenazas o uso de la violencia. Por ejemplo, programas de secuestro cifrado, el mismo que consiste en la aplicación de un programa malicioso que se encarga de eliminar los datos de la población.

La Interpol ha extendido sus operaciones a este nuevo mundo virtual, el cual ya cuenta con el primer Metaverso que se enfocara exclusivamente en la implementación de la ley a nivel global. Basándose en la delincuencia a escala mundial, ha generado una elevada tasa de delitos cometidos en los mundos virtuales. A pesar de la creciente cantidad de usuarios, los controles de los delitos estarán exentos, debido a que no se encuentran tipificados en el mundo físico, considerándolos como riesgos preocupantes, en especial en temas marcarios (INTERPOL, 2022).

#### **2.7.2 Causas y Consecuencias de la delincuencia informática**

Con la evolución y transformación tecnológica del internet, la inseguridad tecnológica es una realidad, ya que ninguna persona natural o jurídica está exenta de un ataque cibernético, produciéndose un gran porcentaje de actividades ilícitas dentro de los mundos virtuales. Es importante conocer y entender las principales razones por las cuales se desarrollan los delitos informáticos.

Causas:

- Ingeniera social

- Competencia comercial
- Falta de control y fallas en los sistemas informáticos
- Divulgación de información confidencial
- Pérdida de dispositivos electrónicos (Worldys, 2022)

Consecuencias:

- Pérdidas económicas
- Congelamiento de los productos o servicios debido al secuestro de información
- Pérdida de consumidores, debido al daño de la reputación de una empresa
- Robo de información
- Perjuicio a los sistemas informáticos
- Falsificación de sitios web (Pablo Maza, 2022)

### ***2.7.3 Daños ocasionados por la delincuencia informática en los titulares de las marcas***

El tema reputacional de una marca o una empresa comercial, es uno de los daños más notorios ocasionados por la delincuencia informática, puesto que la reputación es uno de los elementos indispensables dentro del mercado, ya que ayuda al aumento del valor y la capitalización de la marca o la empresa.

En cuanto a los productos y servicios que se ofrecen en el Metaverso, se puede observar que existen factores económicos y sociales en juego. Los piratas comercializan una falsificación, otorgando el nombre, logo, colores, y otros atributos de una marca original. Al ofrecerla en el mercado virtual a un precio más bajo, los consumidores optan por dicho producto o servicio. No obstante, dichas falsificaciones no presentan la misma calidad de un producto o servicio original. Además de provocar daños reputacionales, ocasionan problemas de seguridad, trabajo y medio ambiente.

“Entre los productos de marca que son falsificados se encuentran joyas, accesorios, ropa, zapatos, artículos electrónicos, juguetes, electrodomésticos, piezas de fabricación, alimentos y bebidas (alcohólicas y no alcohólicas), productos de cuidado e higiene personal y productos farmacéuticos”. (Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2019)

En lo que respecta a los NFT's, se puede considerar como un peligro económico, ya que, a través de su habilidad para adquirir, comprar, comercializar o revender en diversos mercados de NFT's, se ha incrementado la posibilidad de plagio y falsificación en los últimos meses, debido a la falta de control riguroso de la originalidad de estos activos. Por ejemplo, en el mercado Open Sea, una tercera persona generó activos sobre el videojuego Minecraft, con la venta de 10.000 NFT's, ocasionando al titular del videojuego una pérdida económica de 1 millón de euros, ocasionando una manipulación del mercado de activos intangibles.

Con la finalidad de cesar las infracciones marcarias en el Metaverso, se han presentado como una serie de alternativas: La primera, un procedimiento con la finalidad de llegar a un acuerdo con temas relacionados con el uso del derecho de la marca. Una de ellas, la ICANN, una asociación sin fines de lucro, presenta una alternativa de identificación de cada usuario en los nuevos mercados virtuales, basándose en códigos numéricos, todo esto con la finalidad de optar por un procedimiento administrativo con medios alternativos conformado por la mediación hasta un litigio (Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números, 2023).

La segunda, los titulares marcarios con la finalidad de precautelar los derechos de la marca, han optado por otras estrategias de protección. La USTPO (United States Patent and Trademark Office), considerada como otra alternativa de registro, que, en los últimos 6 meses, ha tenido una conexión con productos y servicios referidos a espacios virtuales (Alvarado & Supo, 2022, pág. 120).

El sistema DAOs (Decentralized Autonomous Organisations), es considerada como otra alternativa, este sistema opera mediante Smart Contracts, el cual tiene como finalidad la creación de una normativa autónoma, que se rige bajo reglas autoejecutables y amparadas bajo un protocolo basándose en un código de programación. (Brito Izquierdo, 2022)

## **2.8 Denuncias de infracciones marcarias en el Metaverso**

### **2.8.1 Nike, Inc. Vs. StockX LLC**

**N.º de Caso:** 1:22-CV-00983 / **Causa:** Infracción de marca comercial/ Derechos de Propiedad Marca Registrada

En febrero de 2022, la compañía Nike, Inc, conocida por su actividad comercial deportiva, presentó una demanda ante el Tribunal de Distrito Sur de Nueva York – Estados Unidos, en contra de StockX por la colección Vault NFT, alegando el uso no autorizado de su marca notoria y la colección de Nike en el mercado de NFT´s.

StockX es un mercado digital, principalmente se ocupa de la reventa de zapatillas, bolsos, accesorios, etc. Este mercado se caracteriza por la garantía de autenticidad, la misma que se encarga de la originalidad del producto, que estos no sean usados o falsificados. A diferencia de otros mercados digitales, considera a los NFT´s como un ticket de cambio, es decir, al momento de realizar la compra de un producto NFT, salen del catálogo digital, se elimina su circulación y son enviados a una tienda física de este mercado para que puedan ser recogidos por los compradores.

En enero de 2022, StockX lanza una colección denominada Vault NFT, que cuenta con activos digitales de crocs, relojes, cajas de colección, estampillas de colección de la F1, jugadores de básquetbol, dibujos animados y zapatillas. En el apartado de zapatillas los siguientes modelos reconocidos de la marca Nike: Air Jordan, Air Vapor Mar, Kaws Sacai, Dunk Loow.

## Figura 1

### *Vault NFT*



*Nota: Colección Vault NFT del mercado StockX. Tomado de (Fantastic Mind, 2022)*

Según StockX, la colección Vault NFT se basó en las doctrinas tradicionales de la ley marcaria; como First Sale y el Uso Justo. Asimismo, se consideró como un ticket de intercambio físico, que es accesible para el bolsillo de sus compradores a través de ofertas o beneficios por sus compras, todo esto con el objetivo de que los compradores puedan realizar intercambios a futuro donde no se aplicaría cargos de transacción, demoras o daños. “En otras palabras, estos pares de zapatillas falsificadas se establecieron como verificadas, sobrepasando la garantía de autenticación patentada de la empresa, que según Nike constituye publicidad engañosa” (Rossow, 2022).

La empresa Nike demostró al tribunal que el mercado StockX, ejecuto una oferta engañosa, no existen ofertas, beneficios, promociones o descuentos por la adquisición de las zapatillas en el mercado StockX; Competencia desleal: se valen del prestigio y relevancia que tiene Nike en el mercado internacional; Daño reputacional: perjudica la imagen de Nike.

Es por ello, que las zapatillas ofertadas por StockX no son productos originales, existiendo una serie de críticas en contra de Nike, puesto que asumen que la plataforma es distribuidora de Nike, y puede hacer una estafa masiva a sus compradores que no han realizado los canjes con productos físicos, ya que los NFT´s pueden ser monitoreados para

determinar a quien le representase su propiedad y existe un gran riesgo de que el NFT adquirido sea borrado del catálogo del comprador.

Es importante recordar, que los NFT's son activos digitales únicos, que se encargan de certificar su autenticidad, los mismos que no pueden ser intercambiados o pueden tener unos gemelos, es por eso que se constituiría como una infracción marcaria, derivándose a un ciberdelito en el ámbito de propiedad intelectual.

Ahora mismo el presente juicio sigue en debate, ya que se considera como una disputa jurídicamente compleja, puesto que Nike alega la utilización de la marca sin autorización, StockX vende zapatillas de la marca Nike, y utiliza los NFT's para certificar que estos productos ofertados son originales, se esperan decisiones positivas sobre la protección de las marcas comerciales en el Metaverso y mercados NFT's.

### ***2.8.2 Hermès of Paris, Inc. Vs. Mason Rothschild***

**N.º de Caso:** 1:22-CV-00384 / **Causa:** Infracción de Marca Comercial

En enero de 2022, la reconocida casa de lujo Hermès presentó una denuncia ante el Tribunal de Distrito Sur de Nueva York, una denuncia en contra de Mason Rothschild, un reconocido artista y diseñador de obras de arte a través de los NFT's, por su colección "MetaBirkin". Alegando "Infracción de marca registrada, denominación de origen falsa, dilución de la marca, daño a la reputación comercial, infracción del derecho consuetudinario de marcas, apropiación indebida y competencia desleal del derecho consuetudinario de Nueva York". (Brritain, 2023)

La casa de lujo Hermès, especializada por la venta de accesorios de cuero, y relojes de lujo, popularmente reconocido por los famosos bolsos Birkin, realizados en piel de cocodrilo, los mismos que oscilan desde los \$10.000 a \$50.000 dólares americanos. Como primer antecedente, en junio de 2021, Mason Rothschild creo un NFT, bajo la denominación "Baby

Birkin”, el mismo que fue subastado por un valor de \$23.000 dólares y luego subastada por \$47.000 dólares.

## **Figura 2**

*Bolso Birkin de Hermès*



*Nota. Imagen representativa Bolso Birkin. Tomado de (Fashion Network, 2023)*

En diciembre de 2021, Mason Rothschild creó y ofreció un proyecto denominado MetaBirkins, el cual consistía en una colección NFT, de 100 imágenes de los bolsos Birkin de la marca Hermès, con la única diferencia que estaban cubiertos por piel sintética de colores y características llamativas. Consecutivamente, Rothschild vendió los derechos de compra de los NFT, a través de un contrato inteligente, el cual consiste en la conservación y el poder que tiene el creador para poder cambiar la imagen, título u otras características del NFT. Los NFT's denominados MetaBirkins tuvieron una venta total de \$42.000 dólares americanos.

### Figura 3

#### *MetaBirkins de Rothschild*



*Nota: Colección denominada Metabirkins. Tomado de (Fashion Network, 2023)*

Rothschild argumentó su protección bajo la Primera Enmienda Constitucional, la misma que protege los derechos de libertad de expresión y es aplicada cuando se utilice una marca comercial registrada únicamente para propósitos expresivos. Alegando que su proyecto está protegido como arte y cultura. Los propósitos expresivos que tenía el proyecto MetaBirkin, era considerado como una creación artística, para concientizar a sus compradores la crueldad animal en el sector de la moda, bajo el argumento “libres de pieles” para promover la adopción de textiles alternativos a la piel de un animal, más no para beneficiarse monetariamente de la reputación de la marca Hermès.

En febrero de 2023, el Tribunal de Distrito Sur de Nueva York, jurado de Manhattan, decidió que los NFT´s del proyecto “MetaBirkin” estaban violando los derechos marcarios de Hermès en cuanto a su marca de bolsos Birkin. También afectaron los derechos del titular por el uso indebido de la marca, estableciéndose tres delitos: Infracción de la marca registrada; Dilución de marcas; Ciberpreocupacion; Indemnización por daños y perjuicios de \$133.000 dólares americanos.

El manager de ECIJA, menciona:

Este es el primer juicio y, por ello, pasará a la historia judicial, que ha analizado y debatido la colisión entre los NFT, como archivos digitales únicos que representan, o pueden hacerlo, un contenido o derecho preexistente, y el derecho de marcas. El fallo del jurado será relevante ya que es el primer antecedente que dibuja una línea de expresión artística mediante activos digitales sustentados por blockchain (NFT) y la infracción de marcas. (ECIJA, 2023)

Evidenciándose la mala fe que tenía Rothschild al hacer uso de la marca Birkin de la marca Hermès, ya que existió un aprovechamiento económico, una confusión entre usuarios y consumidores y la dilución de la marca. Rothschild podía hacer uso de su derecho a la libertad de expresión si su objetivo se centraba directamente a propósitos expresivos, lo podía realizar de otra manera, sin desestimar la reputación comercial de Hermès.

## **Propiedad Intelectual dentro del Metaverso**

### **2.9 Derecho Comparado entre la legislación ecuatoriana y colombiana**

Ambas legislaciones cuentan con normativa referente a Propiedad Intelectual, ya sea en temas civiles, penales, comerciales, etc. No obstante, la legislación ecuatoriana establece en el Código de Ingenios, artículo 584, el uso indebido de Derechos de Propiedad Intelectual en la Internet, la cual constituye la aplicación de una acción de tutela administrativa a un tercero.

En caso de que una persona actué de mala fe en beneficio de un derecho; o la utilización indebida del derecho o del nombre de dominio de una marca, estableciendo la autoridad competente para tales acciones, la autoridad especial nacional en cuanto a temas de Propiedad Intelectual. A diferencia de la legislación colombiana, no posee una normativa de Propiedad Intelectual en la Internet. Sin embargo, ambas legislaciones han optado por involucrarse en la nueva realidad virtual.

**Ecuador:**

Cada vez son más marcas y empresas ecuatorianas que optan por ofertar sus productos y servicios en el Metaverso y mercados de NFT's: La cervecería Nacional y Pilsener, Legends Ecuador, Capitalika, AuraDogs, Club Liga de Quito, Webcongress, entre otros.

**Figura 4**

*Primer NFT que inmortaliza un hito del fútbol ecuatoriano*



*Nota. La cervecería Nacional del Ecuador, en conjunto con su marca Pilsener, lanzan el primer NFT denominado El Gol de Oro, el cual busca inmortalizar el cabezazo que llevo a la clasificación a un mundial de futbol. Tomado de (El Universo, 2022)*

**Figura 5**

*593 NFT de tortugas endémicas de Galápagos*



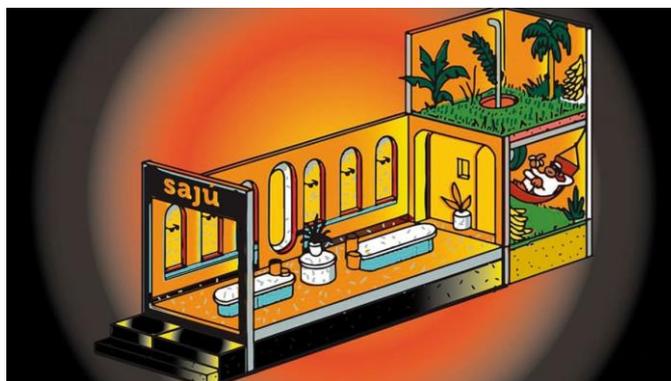
*Nota. Primera colección de NFT inspirados en las tortugas de Galápagos, que ofrece beneficios en la vida real promoviendo el turismo sostenible. Tomado de (Legends Ecuador, 2022)*

### **Colombia:**

Algunas marcas colombianas han optado por su implementación en el Metaverso y mercados NFT's: Offcorss, Sajú, Pony Malta, 10ka, Feria de las flores en Medellín, entre otros.

### **Figura 6**

*Sajú en el metaverso*



*Nota: Marca Sajú. Tomado de (Forbes, 2022)*

Cabe destacar que en la actualidad la legislación ecuatoriana, como colombiana no tienen procesos con relación a Propiedad Intelectual en el Metaverso y NFT's, en virtud de aquello se realizó una comparación normativa sobre diversos ámbitos del derecho que regulan la Propiedad Intelectual.

En la normativa marcaria se encontró un paralelismo entre la legislación ecuatoriana y colombiana, basándose en las normas vigentes de ambas legislaciones, como la Constitución y el Código Civil. Dichas normas son similares gracias al desarrollo común y la proximidad geográfica porque han sido parte de convenciones y tratados internacionales sobre propiedad

intelectual. Sin embargo, hay diferencias entre los cuerpos legales de ambas legislaciones sobre propiedad intelectual, específicamente en temas marcarios.

Las diferencias más notorias son con base en aspectos formales normativos, es decir, procedimientos, términos, plazos, sanciones, etc. La normativa que regula la propiedad intelectual; en la legislación ecuatoriana, se regula bajo el Código de Ingenios, el cual comprende tres ámbitos y cuenta con un único organismo regulador denominado SENADI. En contraste con la legislación colombiana, la normativa que regula la propiedad intelectual se divide en diversos cuerpos legales y sus organismos reguladores se dividen en dos SIC y DND.

En el ámbito penal, la notoria diferencia se basa en la tipificación. La legislación ecuatoriana constituye Actos Lesivos a la Propiedad Intelectual con una pena privativa de libertad de seis meses a un año, mientras que la legislación colombiana constituye tres tipos de Delitos en relación con la propiedad intelectual con una pena privativa de libertad desde los ocho a diez años.

En el ámbito civil la notoria diferencia es con base a los procedimientos a seguir, la legislación ecuatoriana establece providencias preventivas, llevándose a cabo por medio de procedimiento sumario ante el juez de lo civil, a diferencia de la legislación colombiana establece el procedimiento de procesos de propiedad industrial, ante los jueces civiles de circuitos especializados.

En materia comercial, en la legislación ecuatoriana son escasos los artículos, títulos y capítulos en temas de propiedad intelectual, a diferencia de la legislación colombiana que constituye un margen normativo completo en lo que se refiere a propiedad intelectual.

## **2.10 Convenio de París**

El convenio de París fue establecido en 1883, el mismo que se enfocó en el ámbito de propiedad industrial, teniendo como principal objetivo la inclusión y protección de: patentes, marcas, dibujos y modelos industriales, modelos de utilidad, marcas de servicio, nombres comerciales y la represión de la competencia desleal. Este convenio protege a los titulares de las marcas, siempre y cuando formen parte de los estados contratantes.

Este tratado es considerado como el primer paso fundamental para la protección de la propiedad industrial a nivel internacional. Una vez que se encuentra registrada la marca, este convenio prohíbe el uso, reproducción, imitación, o confusión, para evitar que otra marca cree o utilice productos o servicios similares a la marca ya registrada.

Conjuntamente con este convenio se estableció e unificó principios básicos, teniendo como resultado el Clasificador Internacional de Niza, originado en 1957, es un sistema de vital importancia a nivel mundial, ya que su finalidad es clasificar productos y servicios, se relacionan con el registro de las marcas. En la actualidad posee 45 clasificaciones, entre estas se encuentran: 1-34 de productos y 35-45 de servicios. Por lo general, los titulares de las marcas dentro del Metaverso al momento de registrar su marca se basan en la siguiente clasificación: Clase N.º 9: Productos virtuales, programas informáticos; Clase N.º 35: Servicios comerciales con relación a productos virtuales y servicio de entretenimiento; Clase N.º 36: Servicios digitales; Clase N.º 35: NFT y productos virtuales no descargables.

## **2.11 Doctrina First Sale**

En Estados Unidos se conoce como Doctrina First Sale, en la Comunidad Andina se la conoce como la teoría del agotamiento del derecho, se basa principalmente en el control que tiene el titular marcario en función a la fabricación, primera venta y el derecho que este posee. Es decir, que al momento que el titular de la marca vende su producto, este recibe un

beneficio económico, este ya no podrá controlar la distribución de su producto, ya que no existe restricción alguna para que pueda entrar en un mercado.

Sin embargo, la doctrina relacionada con las infracciones marcarias que han sido detalladas en líneas anteriores no tendría relevancia, puesto que los llamados piratas, al momento de replicar la marca, ya sea para un producto o servicio, están realizando una falsificación, más no comprándola, con la única intención de dañar la reputación de la marca. Y efectivamente, dicha doctrina puede ser aplicada en mundos virtuales, es decir en los Metaversos y mercados de Nft's, siempre y cuando los productos o servicios ofertados en estos sean comprados a los titulares de las marcas, más no puede ser aplicada en temas donde se ha demostrado una infracción marcaria.

## **2.12 Principios Orientadores del Derecho Marcario**

Los principios que se rigen sobre el derecho marcario, tienen un papel fundamental, ya que por medio de estos se determinó la aplicación de sus disposiciones y como estos se adecuan a la propiedad intelectual. De los tres principios de derecho marcario solo son dos los que se aplican en el ámbito de Metaverso y NFT's.

### **Principio de especialidad:**

Se basa en la limitación del uso exclusivo de una marca, siempre y cuando la misma sea utilizada para un determinado servicio o producto con la cual haya sido registrada. Este principio permite el registro de marcas que tengan similares características, siempre y cuando se diferencie que producto o servicio, estos no pueden tener un signo similar. Por ejemplo, el chocolate Dove y el jabón Dove, estas marcas tienen el mismo nombre, pero sus productos y servicios son completamente diferentes.

Surgió una importante interrogante ¿Cómo se aplicaría el principio de especialidad en el Metaverso? Frente a infracciones marcarias este principio se consideró fundamental, ya

que el principal objetivo de este principio es evitar la confusión. Un ejemplo en función a este principio es la denuncia Nike, Inc. Vs. StockX LLC, puesto que por medio de las alegaciones de Nike se pudo comprobar que existió un alto grado de confusión entre las zapatillas originales y las ofertadas por StockX.

### **Principio de Territorialidad:**

Se basa en el respeto de la soberanía de cada país y en las facultades limitantes geográficas que tiene el derecho, es decir, la protección que se le otorga a una marca será aplicable únicamente dentro del territorio que fue otorgado, su registro y su vigencia. Cabe destacar que el Metaverso, al ser un mundo virtual, es un territorio sin fronteras, estableciéndose un punto de partida del territorio, la Web 3.0, y los servidores web que se encuentran establecidos en la misma.

Al momento de existir una infracción marcaria, ya sea en un sitio web o redes sociales, debe ser reportada con el proveedor del sitio web o la red social, basándose en leyes de políticas y privacidad, con el objetivo de que elimine el contenido infractor, con la finalidad de evitar la interposición de una denuncia. Sin embargo, esto está lejos de la realidad, por ejemplo, el Mercado Open Sea tiene un riguroso control con relación a contenido infractor, aplicando las políticas de protección y privacidad se elimina este contenido del mercado, pero este contenido infractor permanecerá en los llamados “blockchain”, que son servidores que distribuye contenido de manera infinita.

Entonces este principio sería vulnerado dentro de los Metaversos, surgiendo una importante interrogante. Al momento de existir una infracción marcaria en el metaverso ¿En qué jurisdicción se debe dar a conocer esta infracción? Se puede presentar la denuncia en la jurisdicción donde se concedió el registro de la marca o a su vez en la jurisdicción donde se cometió la infracción. Con base en el ejemplo de la denuncia de Hermes Vs. Mason

Rothschild, la infracción fue cometida en Estados Unidos, uno de los países donde Hermes tenía el registro de su marca y a su vez donde se encontraba el servidor web donde se cometió la infracción.

## **Capítulo III - Metodología**

### **3 Método de la investigación**

El tipo de metodología utilizada es el método cualitativo, ya que se centralizó en una realidad social que se encuentra en constante cambio, a base de sus acciones y conductas, sobre la base de una doctrina dogmática. En el presente proyecto de investigación se analizó las consecuencias de la insuficiente regulación marcaria dentro del Metaverso y NFT's, y como estos se convierte en un cibercrimen.

#### **3.1 Tipo de la investigación**

##### **3.1.1 Nivel de profundización:**

###### **3.1.1.1 Explorativa:**

La investigación exploratoria se utilizó para establecer una perspectiva general y real sobre el problema, con base en el análisis de la ley, tratados internacionales y jurisprudencia, para entender en qué estado se encuentra la protección del derecho del titular de las marcas en los Metaversos y NFT's.

###### **3.1.1.2 Descriptiva:**

La investigación descriptiva se empleó para detallar características, propiedades y rasgos importantes del fenómeno investigado, obteniendo información suficiente sobre los temas a tratados en la investigación. Se detalló las características del Metaverso y NFT's, y como estos se acomodan dentro de la propiedad intelectual.

###### **3.1.1.3 Explicativa:**

La investigación explicativa se utilizó para la descripción de los conceptos del problema investigado, ya que se explicó como sucede este problema, estableciendo las condiciones en las que se desarrolla. Se encargó de explicar cuáles son los medios por

los cuales se llega a constituir un ciberdelito al momento de violar el derecho del titular de la marca dentro del Metaverso y NFT's.

### **3.1.2 Inferencia:**

#### **3.1.2.1 Deductivo:**

Se utilizó la inferencia deductiva, ya que se trató de manera general a la propiedad intelectual, sus subdivisiones en el ámbito de derecho de marcas, para comprender el todo y analizar las partes en las que se divide.

### **3.1.3 Período:**

#### **3.1.3.1 Longitudinario:**

Se utilizó el periodo longitudinal, ya que se analizó los antecedentes de diversas características, conceptos, sucesos relacionados con el tema de investigado y como estos han evolucionado hasta la actualidad, determinando sus consecuencias. Se centró en los antecedentes y evolución tecnológica del Metaverso y NFT's y su aplicación en la tecnología actual.

### **3.1.4 Tipo de investigación:**

#### **3.1.4.1 Teórica:**

Se utilizó la investigación teórica, ya que su principal función fue apoyarse en deducciones para crear diversas teorías entre diversas investigaciones, se basó en conocimientos obtenidos con anterioridad que fueron de principal ayuda para el desarrollo de la investigación.

## **3.2 Técnicas e instrumentos de investigación**

### **3.2.1 Investigación Cualitativa:**

Se utilizó el tipo de datos cualitativo, ya que por medio de una doctrina dogmática se buscó estudiar las causas y consecuencias del ciberespacio y se

comprobó el nivel de afectación que sufren los titulares de las marcas al momento que es replicada.

### **3.3 Criterio de inclusión y criterio de exclusión**

Se utilizó legislación y doctrina con base en bibliografías.

### **3.4 Población y Muestra**

Se utilizó una investigación cualitativa, ya que, al ser un tema en desarrollo, y al encontrarse en constante cambio, la población dentro del Metaverso y NFT's es infinita.

### **3.5 Localización geográfica del estudio**

La denominación geográfica se basó en un estudio mundial.

## **4 Capítulo IV – Resultados y Discusión**

### **4.1 Resultados**

A partir de la información obtenida sobre la investigación del derecho del titular de marcas en lo que se refiere al uso no autorizado en el metaverso y NFT's, se evidenciaron resultados importantes:

Existe un incremento de desinformación marcaria en el ámbito de propiedad intelectual en el metaverso y NFT's, debido a que la mayoría de titulares marcarios que decidan o no promocionar sus productos o servicios en estos mercados virtuales, desconocen las nuevas formas delictivas que operan en la misma, exponiéndose a una nueva violación de derecho marcario.

Se comprobó el impacto negativo que ocasionan las escasas regulaciones marcarias existentes en el metaverso y NFT's, existiendo como consecuencia la piratería marcaria, daño reputacional, pérdidas económicas y pérdida del uso exclusivo del derecho que otorga una marca registrada, un ejemplo es el caso Nike, Inc. vs. StockX LLC. Así como también se verificó que estos mercados virtuales están dejando de lado los principios orientadores que rigen al derecho marcario, provocando una protección ineficaz a las marcas registradas, un ejemplo es el caso Hermès of Paris, Inc. Vs. Mason Rothschild.

La problemática expuesta se generó principalmente por la falta de políticas reguladoras de términos y condiciones, normas de seguridad, así como también una normativa que adecue las violaciones de derechos marcarios a los nuevos delitos que están surgiendo conforme va evolucionando la tecnología en conjunto con los mundos virtuales; El estudio realizado sugiere mejorar la regulación existente con el fortalecimiento de políticas de protección o a su vez la implementación de alternativas de solución a corto plazo, hasta la creación de una normativa regulatoria dentro del metaverso y NFT's, las mismas que podrían

ser implementadas, un ejemplo es la ICANN que propone la implementación de códigos de identificación.

#### **4.2 Discusión**

Con los resultados obtenidos, junto con la investigación longitudinal y cualitativa, se constató que los antecedentes investigativos y los hallazgos de la investigación guardan una relación con la hipótesis planteada. En efecto, la falta de regulación marcaria en el Metaverso ha provocado la vulneración del derecho del titular marcario y este, se vea afectado en temas económicos, sociales, etc.

La investigación efectuada coincide con las variables de la investigación de María Alvarado y Daniela Supo, ya que ambas se centraron en una investigación explorativa y descriptiva con una problemática similar, que se enfocó en la aplicación de la propiedad intelectual en el metaverso y NFT's. Sin embargo, no se encontró coincidencia con la hipótesis planteada, ya que no hacen una referencia a las consecuencias jurídicas del resultado de la violación del derecho marcario, es decir a los ciberdelitos.

## 5 Capítulo V – Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

1. El metaverso y NFT's en conjunto con la evolución tecnológica se ha convertido en una nueva realidad virtual, el cual cuenta con actividades similares a las que se realiza en el mundo físico. Sin embargo, los mundos virtuales han causado graves efectos negativos en el derecho marcario, ya que la regulación existente es nula, en la actualidad no existen marcos regulatorios que eviten la vulneración de la Propiedad Intelectual, ocasionando un sin número de infracciones marcarias, teniendo como consecuencias jurídicas la piratería, plagio, riesgos de protección de la marca y ciberdelitos.
2. Los NFT's (Non fungibles Tokens) son activos digitales no replicables, considerados como los nuevos coleccionables, mismos que se encuentran vinculados directamente con el titular de la marca, su utilización es similar a las criptomonedas. Las marcas son signos distintivos de una con otra, consideradas como un bien intangible para los titulares de las marcas, frente a las nuevas realidades se ha establecido, la marca tradicional se basa en elementos distintivos como números, letras, figuras, etc., para diferenciar entre un producto o servicio ofertados en el mercado físico.  
  
A diferencia de la marca digital, busca una conexión emocional a través de los cinco sentidos, estableciendo dos tipos de elementos fundamentales: visibles y no visibles, dentro de un mercado virtual, ambos tipos de marcas tienen la finalidad de obtener el derecho y los privilegios sobre una marca, evitando la confusión entre productos y servicios, sin dejar de lado la aplicación de la Propiedad Intelectual.
3. Los principios orientadores y las doctrinas tradicionales existentes en el Metaverso tienen una amplia relación con el Código de Ingenios en relación con el derecho de uso exclusivo que se le es otorgada a la marca, siempre y cuando sea debidamente registrada. La doctrina First Sale se considera como la doctrina principal de temas

marcarios dentro del Metaverso, la misma que se basa en la primera venta de un producto, y como se deja de lado los derechos otorgados al titular de la marca.

Los principios orientadores que se rigen dentro del Metaverso se limitan a dos:

Especialidad y Territorialidad. Sin embargo, con el caso *Hermès vs. Rothschild* se pudo evidenciar que una de las principales razones para la existencia de infracciones marcarias es la pérdida del principio de territorialidad, ya que el Metaverso es un mercado globalizado, no tiene fronteras, se demostró una vez más que la nula regulación provoca una vulneración de los derechos del titular de la marca.

4. Con la existencia de pocas disputas judiciales que han sido cometidas en el Metaverso con relación a la Propiedad Intelectual, únicamente los tribunales estadounidenses han logrado un exitoso desarrollo, los mismos que son considerados como los primeros pasos para una rigurosa regulación marcaria a nivel global.

La legislación ecuatoriana dispone de una normativa referente al uso indebido de derechos de propiedad intelectual en el internet, la cual determina el procedimiento a seguir, ya sea mediante la vía administrativa, civil o penal, al tener utilización ilícita o abuso del derecho. A diferencia de la legislación colombiana, que se encuentra atrasada en el área de propiedad intelectual en la internet. No obstante, es importante destacar que ambas legislaciones tienen una normativa adecuada en temas marcarios fuera del Metaverso.

## 5.2 Recomendaciones

1. Con la nueva realidad virtual que se vive en la actualidad, se recomienda a los titulares marcarios, ya sea que ofrezcan un producto o un servicio, realizar la debida protección y registro en los distintos clasificadores internacionales mencionados en la presente investigación, sin importar si promocionan su marca en el metaverso o NFT's, todo esto con la finalidad de evitar infracciones marcarias, producto de las escasas regulaciones marcarias existentes en estos mundos virtuales.
2. La OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y sus noventa y tres estados miembros deben crear una normativa global, para constituir el procedimiento adecuado al momento de una infracción marcaria en el Metaverso y NFT's. También se recomienda actualizar Clasificador Internacional de Niza se lo realice cada año, ya que cabe destacar que el derecho marcario en conjunto con los mundos virtuales se encuentra en constante cambio, todo esto con la finalidad de la correcta aplicación de las marcas digitales.
3. Con base en los primeros casos de infracciones marcarias que han sido llevados a los tribunales, crear una correcta regulación en la protección del derecho marcario, así como también determinar correcta aplicación de los principios orientadores en los que se rige el derecho marcario dentro de los Metaversos y NFT's, abarcando consecuencias jurídicas severas a los piratas marcarios, fortalecer los términos y condiciones. Con la finalidad de resolver en una primera instancia las infracciones de manera interna, y en el caso de no existir un arreglo, recurrir a los tribunales.
4. Incentivar a los legisladores competentes en Propiedad Intelectual a empaparse de los pronunciamientos internaciones en lo que se refiere a casos por infracciones marcarias detalladas en la presente investigación, con la final de tomar como prioridad el tema de

protección marcaria en el metaverso y NFT's, en virtud de que un sin número de marcas ecuatorianas están implementando su mercado en estos mercados virtuales.

## Bibliografía

- Acurio, S. (2010). *Perfil Sobre los Delitos Informáticos en el Ecuador*. AR: Revista deDerecho Informático ISSN 1681-5726.
- AGROBIOTEG. (09 de Mayo de 2019). *AGROBIOTEG*. Obtenido de Historia de las marcas: Desde las pinturas rupestres hasta nuestros días: <https://agrobioteg.org/historia-de-las-marcas/>
- Alvarado, M. d., & Supo, D. (2022). Metaverso y Non-Fungible Tokens (NFTs): Retos y Oportunidades desde la perspectiva del derecho de marcas. *IUS ET VERITAS N° 64*, 115-134.
- Brito Izquierdo, N. (21 de Marzo de 2022). *El Metaverso y sus implicaciones legales*. Obtenido de KPMG Tendencias: <https://www.tendencias.kpmg.es/2022/02/metaverso-implicaciones-legales/>
- Brittain, B. (8 de Febrero de 2023). *REUTERS*. Obtenido de Hermes gana el juicio de marca registrada de EE. UU. sobre las NFT de "MetaBirkin": <https://www.reuters.com/legal/hermes-wins-us-trademark-trial-over-metabirkin-nfts-defendants-lawyer-2023-02-08/>
- Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números. (2023). *Reglamento para una Política uniforme de resolución de disputas sobre Nombres de Dominio (PURC) (el "Reglamento")*. Obtenido de <https://www.icann.org/resources/pages/udrp-rules-2015-03-12-es>
- ECIJA. (14 de Febrero de 2023). *Hermès y la Primera Enmienda*. Obtenido de ECIJA, firma de asesoramiento jurídico: <https://ecija.com/sala-de-prensa/hermes-y-la-primera-enmienda/>

Ecuador. (2016). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*. Registro Oficial N° 899.

El Universo. (26 de Mayo de 2022). *El primer NFT que inmortaliza un hito del fútbol ecuatoriano [Fotografía]*. Obtenido de El Universo :  
<https://www.eluniverso.com/patrocinado/el-primer-nft-que-inmortaliza-un-hito-del-futbol-ecuatoriano/>

Fantastic Mind. (10 de Junio de 2022). *Why is the Nike vs StockX lawsuit pivotal for the future of NFT creation?* Obtenido de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/why-nike-vs-stockx-lawsuit-pivotal-future-nft-creation/>

Fashion Network. (17 de Marzo de 2023). *El caso Hermès versus Mason Rothschild avanza con nuevos documentos [Fotografía]*. Obtenido de Fashion Network:  
<https://pe.fashionnetwork.com/news/El-caso-hermes-versus-mason-rothschild-avanza-con-nuevos-documentos,1497797.html>

Forbes. (13 de Abril de 2022). *Así es el metaverso 'made in Colombia' [Fotografía]*. Obtenido de Forbes Colombia: <https://forbes.co/2022/04/13/editors-picks/asi-es-el-metaverso-made-in-colombia>

Hernandez, M., & Levy, G. (2 de Noviembre de 2022). *Andinalink*. Obtenido de Interpol llega al metaverso para combatir la delincuencia virtual:  
<https://andinalink.com/metaverso-interpol/>

INTERPOL. (20 de Octubre de 2022). *INTERPOL lanza el primer metaverso policial mundial*. Obtenido de INTERPOL: <https://www.interpol.int/es/Noticias-y-acontecimientos/Noticias/2022/INTERPOL-lanza-el-primer-metaverso-policial-mundial>

- L&C, C. (21 de Noviembre de 2022). *Luzuriaga&Castro*. Obtenido de ¿En verdad el Metaverso ha avanzado en materia de PI?: <https://luzuriagacastro.com/en-verdad-el-metaverso-ha-avanzado-en-materia-de-pi/>
- La Comision de la Comunidad Andina. (2000). *Régimen Común sobre Propiedad Intelectual*. Desicion N° 486.
- Legends Ecuador. (Junio de 2022). *Legends Ecuador [Fotografía]*. Obtenido de Legends Ecuador: <https://legendsecuador.com/es/>
- Martinez, O. (23 de Julio de 2021). *Principios de las marcas: territorialidad, especialidad y temporalidad*. Obtenido de Vadillo King: <https://www.vadillo-king.com/2021/07/23/principios-de-las-marcas-territorialidad-especialidad-y-temporalidad/>
- Matthew, B. (2022). *El Metaverso: Y cómo lo revolucionará todo*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito. (Junio de 2019). *Modulo 11: Delitos contra la Propiedad Intelectual Propiciados por Medios Cibernéticos*. Obtenido de UNODC. Org: <https://www.unodc.org/e4j/es/cybercrime/module-11/key-issues/types-of-intellectual-property.html>
- Pablo Maza. (22 de Febrero de 2022). *Consecuencias Delitos Informáticos*. Obtenido de Pablo Maza: <https://pablomazaabogado.es/penal-tecnologico/consecuencias-delitos-informaticos/>
- Rossow, A. (26 de Mayo de 2022). *La demanda de Nike v. StickX podría determinar qué tipo de NFT se pueden crear*. Obtenido de Nft now: <https://nftnow.com/features/the-nike-v-stockx-lawsuit-could-determine-what-type-of-nfts-can-be-created/>

Sanchis, A. (2 de Febrero de 2022). *Xacata*. Obtenido de El 80% de los NFT son un fraude.

No lo decimos nosotros, sino la principal plataforma de comercio de NFTs:

<https://www.xataka.com/magnet/80-nft-fraude-no-decimos-nosotros-sino-principal-plataforma-comercio-nfts>

Varese, F. (2010). *What is Organized Crime? In Organized Crime: Critical Concepts in Criminology*. Routledge.

Worldys. (26 de Agosto de 2022). *Ataques cibernéticos: causas, tipos y consecuencias*.

Obtenido de Worldys: <https://www.worldsys.co/ataques-ciberneticos-tipos-causas-y-consecuencias/>