

Nuevos retos en la creación y protección empresarial y marcaría en el metaverso

New challenges in the creation and protection of business and trademarks in the metaverse

Andrés Antonio Alarcón Lora¹ , Andrea Carolina Meza Herrera²  & Tatiana Marcela Mestra Gómez³ 

Universidad de Cartagena - Colombia



Para citaciones: Alarcón Lora, A., Meza Herrera, A., & Mestra Gómez, T. (2023). Nuevos retos en la creación y protección empresarial y marcaría en el metaverso. Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo, 15(29), 166-178. <https://doi.org/10.32997/10.32997/2256-2796-vol.15-num.29-2023-4234>

Recibido: 14 de noviembre de 2022

Aprobado: 10 de diciembre de 2022

Editor: Fernando Luna Salas. Universidad de Cartagena-Colombia.

Copyright: © 2023. Alarcón Lora, A., Meza Herrera, A., & Mestra Gómez, T. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



RESUMEN

El metaverso es una nueva realidad virtual en el que la sociedad está comenzando a desarrollarse, junto con ella las empresas que ingresan al metaverso en busca de mantenerse en los últimos estándares virtuales, creando economías sin límites físicos y posibilidades ilimitadas. Dicho marco, refiere el problema central de la creación de nuevos bienes digitales para ser utilizados en estos, generando la duda de cómo serán protegidos estos bienes y hasta dónde llega la protección de cada país sobre estas marcas.

De dicho alcance, se encarga este trabajo de investigación; haciendo especial énfasis en la necesidad de nuevas regulaciones a través de las entidades privadas que crean las realidades del metaverso en busca de una protección de la propiedad industrial. Así, se aborda el problema de un marco legal del metaverso donde basados en normas ya existentes y otras a desarrollar se regulen estas actividades con el fin de proteger a las empresas y a los usuarios recalcando la importancia que se hagan bajo miras internacionales.

Para tal fin, esta investigación se apoya en un método jurídico de enfoque cualitativo proclive a estudios bibliográficos de fuentes oficiales; todo esto, en pro de proponer unos primeros acercamientos a la cuestión.

Palabras clave: Protección Marcaría; Propiedad Industrial; Metaverso; Sociedad.

ABSTRACT

The metaverse is a new virtual reality in which society is beginning to develop, along with it the companies that enter the metaverse in search of keeping up with the latest virtual standards, creating economies without physical limits and unlimited possibilities. This framework, refers the central problem of the creation of new

¹ Abogado, Especialista en Derecho Comercial, Magister en Derecho, Doctor en Ciencias de la Educación de RUDECOLOMBIA, docente de pregrado y posgrados de la Universidad de Cartagena, Universidad de Magdalena, CECAR, Universidad del Norte y Universidad Libre Sede Cartagena; y Jefe del Departamento de Investigaciones Científicas de la Universidad de Cartagena. Director del Semillero de Investigación "Reorganización Empresarial" de la Universidad de Cartagena. aaalarcon@unicartagena.edu.co

² Egresada de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad de Cartagena, miembro del Semillero de Investigación "Reorganización Empresarial". Estudiante de XI semestre de Economía del Politécnico Gran Colombiano. amezah@unicartagena.edu.co

³ Egresada de Derecho de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad de Cartagena, miembro del Semillero de Investigación "Reorganización Empresarial". tmestrag@unicartagena.edu.co

digital goods to be used in these, generating the doubt of how these goods will be protected and how far the protection of each country reaches on these brands. This research work oversees this scope, with special emphasis on the need for new regulations through private entities that create the realities of the metaverse in search of industrial property protection. Thus, the problem of a legal framework for the metaverse is addressed, where based on existing rules and others to be developed, these activities are regulated in order to protect companies and users, emphasizing the importance of doing so under international scope. To this end, this research is based on a legal method with a qualitative approach, which is prone to bibliographic studies of official sources; all this, in order to propose a first approach to the issue.

Keywords: Trademark Protection; Industrial Property; Metaverse; Society.

INTRODUCCIÓN

El nacimiento de un nuevo mundo virtual ha involucrado una interacción entre las personas y marcas, empresas y productos que no es 100% real (presencial). El inminente avance de la tecnología ha llevado al desarrollo de toda una nueva economía con creaciones como los *Non-Fungible Token (NFT)*, apresurando a las empresas a considerar la creación de distintas estrategias de marketing necesarias para el posicionamiento en este nuevo universo, que es cada vez más grande y prometedor.

Es así, como marcas importantes de la industria de la moda como Armani o Calvin Klein en el año 2007 tuvieron su primera inmersión con la moda digital en *Second Life*. Igualmente, marcas como Dolce & Gabbana, Tommy Hilfiger y Otras, estuvieron presentes en una experiencia; donde, se realizó la primera edición del Metaverso *Fashion Week*, presentando sus colecciones en una pasarela totalmente virtual.

Actualmente, es común que, por la interacción de videojuegos, personas de diversos países, a través de su avatar, se integren a este mundo, lo que provoca una interacción más que la necesidad de conectarse al juego determinado, sin otro requisito previo que el solicitado por la política del mismo por medio del avatar para representarlo lo que, aunado a la inteligencia artificial, provoca que sintamos que vivimos en ese juego. Pero los mundos virtuales siguen en crecimiento sin regulación alguna o control por parte del Estado, y se han elaborado diferentes perfiles de avatar sin constatar la personalidad real de este en el mundo físico. Aquí la primera cuestión que esto plantea es la necesidad de entender que no son fantasía, sino que se trata de una alternativa al mundo físico y, por lo tanto, es necesario definir la posición que genera los sujetos ante el metaverso y cuáles son las consecuencias de esa situación al ver los efectos que produce en la complicitad en el mundo físico. (Hoyos, et al., 2023, p. 139)

Es entonces como, al involucrar relaciones humanas en esta plataforma, debería existir un marco legal base desde la creación hasta la protección de la propiedad industrial y la protección de las marcas, con el objetivo de hacer valer sus derechos, sin tener inconvenientes para la publicidad y comercialización de sus productos.

Desarrollo: creación y protección empresarial en el metaverso

El derecho de protección de propiedad intelectual tiene una subdivisión principal en 2 categorías, la primera es derechos de autor, donde se protegen las creaciones de carácter artístico, literario, científico e incluso los softwares. Por otro lado, se encuentra la propiedad industrial que protege las patentes, marcas, signos distintivos, diseños industriales, entre otros. Esta protección consiste principalmente en “signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en relación con los productos y servicios disponibles en el mercado. La protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos, que pueda inducir a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a error en general.” (OMPI, 2016)

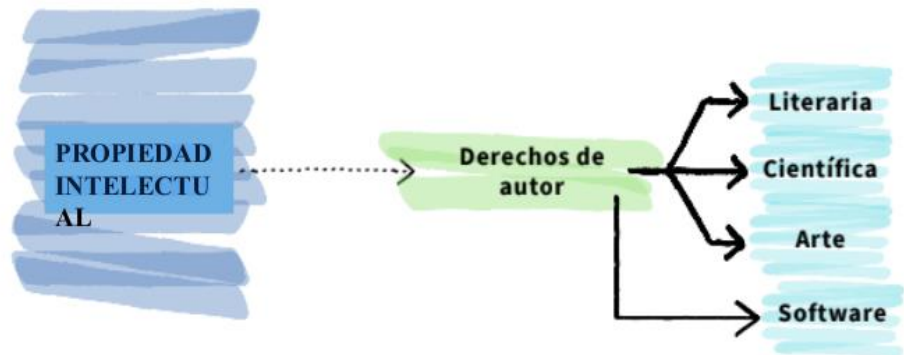


Ilustración 1
 Elaboración propia

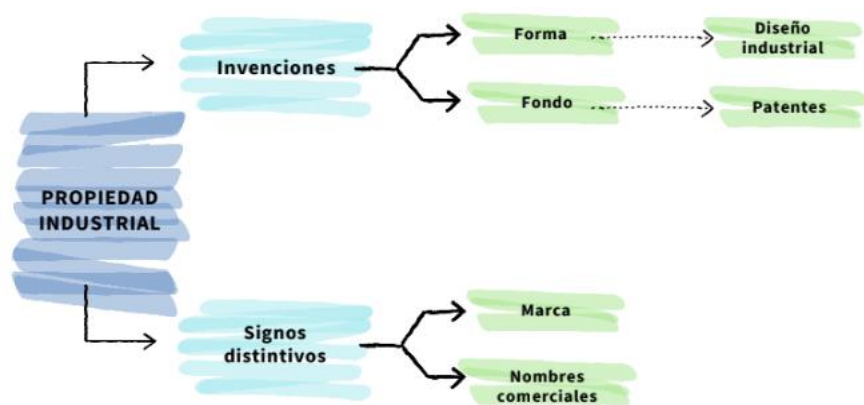


Ilustración 2
 Elaboración propia

Conocemos como *Metaverso* al universo construido con base a la realidad virtual, que utiliza mecanismos de esta misma para que las personas y/o empresas puedan desarrollarse de una forma que emule al mundo real. Es decir, que corresponde a un espacio asincrónico en el que una persona realizaría las mismas actividades de su día a día, pero con los medios y procesos que conlleva esta realidad.

Gartner una empresa de consultoría e investigación dice que el metaverso es la siguiente etapa evolutiva del internet que está apenas en su inicio de desarrollo. Eso que llamamos metaverso no es solo un ente, sino un conjunto de tecnologías emergentes que se están desarrollando. Actualmente existen varios metaversos, algunos de los más famosos siendo Horizon Worlds y Horizon Workrooms de Meta o por ejemplo el metaverso de The Sandbox que nace a partir del videojuego y se basa en los blockchain Ethereum y es un metaverso de juego NFT descentralizado. Sandbox hace posible que los usuarios no expertos en tecnología creen, vendan, usen y monetizen sus NFT de realidad virtual. Esta Variedad de espacios “contiene una economía de pleno derecho y abarca los mundos físicos y virtuales, lo que supondrá lo que podemos llamar “internet incorporado”, será de forma descentralizada.” (Canorea, 2022)

En un intento por mantenerse a la vanguardia las empresas no han sido ajenas a este nuevo universo, y han comenzado a buscar las maneras para poder ingresar y ser partícipes de este. Es así como empresas como Nike y McDonald 's, comenzaron su registro de marcas para poder ser utilizadas en la realidad virtual.

Dentro de esta realidad virtual aparecieron los NFT, (Non Fungible Token por sus siglas en inglés) que son un tipo de ficha utilizada para demostrar la propiedad de activos digitales, como artículos de videojuegos, obras de arte o cualquier otra cosa en línea. Se utilizan principalmente en el mundo del arte, ya que en la actualidad hay obras valuadas en millones de dólares que se consideran como bienes no fungibles. El mundo de la moda es otro de los principales desarrolladores de NFT, escogiendo estos como su manera de ingresar en los metaversos. “Los NFT son archivos de información únicos y verificables que contienen una combinación única de datos que permite acceder al bien o a los documentos a los que se refiere. Quiere decir esto que el NFT **no** es el bien en sí mismo, la fotografía, la obra, o la marca, sino que es un documento que contiene una información asociada al mismo, como puede ser datos que me certifiquen quién es el propietario del bien.” (Rodríguez, 2022)

Actualmente estos bienes son comercializables, respaldados a través de blockchains (bloques de datos encargados de almacenar información) y utilizados como principales bienes de desarrollo en el metaverso. Creando así un mercado nuevo que se valora en miles de millones de dólares, que es altamente sensible y cambiante.

En Colombia, la clasificación y protección marcaria se realiza según la clasificación de Niza. Si se revisa la página de la SIC en este momento el link al que dirige de la clasificación de Niza no muestra ninguna clase es la que se protejan bienes o servicios digitales, solo haciéndose referencia a bienes y servicios físicos, dejando por entendido que no existe actualmente una protección marcaria en el metaverso. Lo que deja un vacío legal existente y un comercio sin regulación que por ahora solo puede solucionarse a través de comparación de normas y jurisprudencia vigente referente a compras o actividades realizadas en el internet.

Por otro lado, actualmente en Estados Unidos la protección de los bienes virtuales se realiza a través del registro ante la USPTO por sus siglas en inglés (United States Patent and Trademark Office) o la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos, la cuales tienen para la protección de bienes virtuales las siguientes clases:

- *“Class 9 – downloadable virtual goods featuring footwear, clothing, and accessories for use in online virtual worlds.*
- *Class 35 – store services featuring virtual clothing and accessories for use in online virtual worlds.*
- *Class 36- financial services, including digital tokens*
- *Class 41 – online, non-downloadable virtual clothing and accessories for use in virtual environments.”*

De ello se colige que en la clase 9 se protegen los bienes virtuales descargables y en la 41 los no descargables que hacen referencia a prendas de vestir y accesorios utilizables en espacios virtuales. Así como la 35 cubre a servicios de tiendas de ropa y la 36 a servicios financieros presentados en este mundo. Estableciendo una guía para el resto del mundo sobre la protección de bienes y servicios virtuales y cómo establecer las clases marcarias.

Pero ¿Cuál es la importancia de la protección de bienes digitales? Pues la protección marcaria se da a niveles regionales y en cada país que se va a desarrollar es un nuevo registro, las empresas colombianas buscan como primera medida para su desarrollo y protección el registro a las instancias nacionales, y si Colombia no es capaz de entregarles la protección se abstendrán de su registro en el país y comenzará una fuga de empresas, ya que estas buscarán quienes puedan entregarles la protección que necesitan y se registraran principalmente en otros lugares teniendo impacto en la economía del país.

El ingreso de las empresas en el metaverso ya se ve y cada vez son más los esfuerzos que realizan por entrar, por ejemplo, Nike en el año 2020 adquirió a RTFKT, una firma dedicada a la creación de productos digitales para el metaverso. Esta empresa especialmente dedicada a la venta de productos deportivos ha dicho que su principal objetivo a la hora de adquirir la firma

mencionada es el de acelerar su transformación digital por medio de la creación de NFT, productos de realidad aumentada y demás ítems para los mundos digitales.

Otras empresas como Starbucks y McDonald's que venden comidas y bebidas han encontrado la manera de ingresar en este mundo. En 2023 Starbucks ha anunciado el lanzamiento de su nuevo programa de fidelidad "Odyssey" que funcionará con sellos coleccionables en forma de NFT.

Estos casos demuestran el interés de las marcas por competir en los espacios proporcionados por el metaverso, trasladando sus productos a dichos mundos virtuales, además de desarrollar productos exclusivos de estos.

En el mismo sentido, en el mundo digital, existe contenido que se cree que será el futuro del arte, especialmente para los coleccionistas. En dichas obras de arte, no se adquiere la obra física, sino la propiedad del artículo digital original por medio de un token criptográfico basado en Blockchain y que según cada artista tendrá unas restricciones de uso, puede que cada venta de un NFT le entregue regalías al autor o que su compra no permita su aprovechamiento económico. Es importante no confundir la adquisición de un NFT con la adquisición de los derechos de autor, puesto que estos siguen siendo del artista o autor de la obra y no se traspasan con la adquisición del NFT.

Los NFT no son los únicos utilizados en este mundo virtual, también pueden incluirse nombres, tuits, avatares, edificios digitales, contratos (Smart Contracts) entre otros, a través del Metaverso. Siendo necesario reconocer que hoy por hoy, los NFT son considerados como una forma revolucionaria e innovadora para adquirir la propiedad, debido a que están creando una economía con desarrollo propio, imposibilitando al mundo entero ignorar el desarrollo del Metaverso.

Pero jurídicamente ¿Cuál es el problema?, pues al ser poca la legislación que existe sobre el tema y en países donde ni siquiera existe legislación las empresas y personas están desarrollando actividades económicas, sociales bajo reglas que solo son las establecidas por el privado que regula el mundo virtual en el que se desarrollan y que no necesariamente implica que esté privado sea capaz de proteger sus derechos o tenga regulaciones para protegerlos.

Si bien en Estados Unidos ya existen unas clasificaciones, los problemas no han faltado.

Uno de los casos más mediáticos que gira en torno a la problemática del metaverso es el ocurrido ante el Tribunal del Distrito Sur de Nueva York contra Mason Rothschild, creador de NFTs denominados MetaBirkins (llamados de esta forma porque se comercializaban en el Metaverso y simulaban el icónico bolso de piel de Hermès "Birkin") promovida por la firma de moda francesa

Hermès en enero de 2022, titulado en muchas partes del mundo como “Hermès contra los Metabirkins”.

En diciembre de 2021, Hermès protestó por la venta en Open Sea de MetaBirkins, NFT virtuales creados por el artista Mason Rothschild prácticamente idénticos a los tan codiciados y reconocibles bolsos Birkin de Hermès que son vendidos por miles de dólares. Los NFT Meta Birkin también se están vendiendo por grandes cantidades: según las informaciones disponibles, han generado casi un millón de USD en Open Sea en su colección de más de 100 NFT.

Esta marca alegaba que el señor Rothschild, haciendo un uso no autorizado de la marca “registrada”, como de la forma virtual o tridimensional del bolso Birkin, lo cual podía llegar a confundir a los consumidores, ya que no podía negarse que tenían muy gran parecido a los comercializados por Hermès. Por su parte, Rothschild argumento que los Metabirkins no estaban confundiendo a los consumidores, porque bajo un aviso web, se aclaraba que no eran Birkins, y que tampoco existía alguna relación con la marca, ya que no eran una réplica de esta, sino un uso legal de su libertad de expresión, transformada en creaciones artísticas.

Y se encierra entre comillas el término “registrada”, porque se conoce que la icónica marca registro sus bienes en el mundo real, pero no en esta nueva realidad totalmente virtual.

Es entonces cuando entra la discusión del grado de aplicabilidad normativa sobre los derechos de propiedad intelectual e industrial en ámbito del metaverso y, en particular, de los NFTs, así como el potencial conflicto que puede existir en esta realidad entre los derechos marcarios y el derecho a la libertad de expresión, demostrando un vacío legal existente todavía referente a estos bienes virtuales.



Ilustración 1

Imágenes tomadas del Instagram @metabirkins

En el mismo sentido, Rothschild argumenta que lo defiende la primera enmienda de Estados Unidos y que su obra de arte de los Metabirkins es una expresión artística y el uso del nombre MetaBirkins como título de su Proyecto no es capaz de confundir a los consumidores sobre un producto de Hermès, siendo que él se inspiró en los Birkins reales y creó su propia obra. A pesar de intentos de conseguir una sentencia temprana, el juez consideró la necesidad de un juicio que comenzará a inicios de 2023, sentando las pautas para futuros problemas posibles como estos en el metaverso.

Como este problema hay varios y muchos más que vendrán a raíz del uso de marcas y violación de la propiedad industrial en el metaverso. Lo que sí queda claro es la necesidad de una protección marcaría reforzada y que las empresas tanto en el mundo físico como en el digital realicen el registro y protección de sus marcas.

El problema del registro y la protección marcaría no es exclusivo de Colombia o el único problema. La protección de la propiedad industrial en el mundo se da a través de un registro en cada uno de los lugares en los que va a utilizarse o desarrollar, esto generando un gran gasto para las empresas haciendo que solo las más grandes sean capaces de cumplir la mayoría y es que para una plataforma globalizada se requieren medidas globalizadas.

En un contexto nacional, no existe una legislación específica sobre la materia, a pesar de los Proyectos de Ley que han cursado dentro del Congreso, por lo tanto, no hay ninguna ley en el país que le asigne una naturaleza jurídica. En consecuencia, se puede afirmar que al no existir una prohibición expresa sobre su uso o intercambio en el país, la existencia de criptomercados que operen en virtud de la costumbre mercantil y la autonomía negocial es válida. (Caballero, 2021)

Solo las autoridades administrativas ante este vacío legal son las que a través de actos administrativos han establecido algunas condiciones y restricciones en sectores sujetos a la inspección, vigilancia y control del Estado. Por ejemplo, la Superintendencia Financiera a través de la Carta Circular 52 de 2017 advierte sobre las nulas garantías estatales en Colombia sobre los riesgos que conllevan las operaciones con monedas virtuales.

Se puede evidenciar entonces que en Colombia la ausencia de normatividad orientada a regular este intercambio de servicios crea un escenario de incertidumbre, pues no se está blindando de derechos y obligaciones a los agentes involucrados. Tampoco se han establecido algunos mínimos en lo concerniente a su organización, funcionamiento y operación, protección de los consumidores, inversionistas y prestadores de servicios. Lo anterior, puede dar paso a que se presenten situaciones indebidas como la evasión de impuestos o el lavado de activos. (Villa, 2022)

Las soluciones a esta problemática podrían ser las siguientes:

Primero la creación de un régimen jurídico unívoco en el metaverso, así como una organización internacional con efectos internacionales, donde se realice un único registro y tenga aplicación global o al menos aplicable a aquellos países interesados en este intercambio e interacción. La segunda es a través de los mismos dueños de los metaversos.

Y es que los metaversos son creados por privados, no un espacio continental con soberanía nacional y un gobernante, con tránsito físico, donde tiene soberanía un gobierno, sino ámbitos digitales creados por empresas privadas donde las reglas que aplican son las que el privado desarrolle o estipule en los términos para su organización. Siendo así los privados como meta tienen patentes, marcas y diseños que también quieren y desean proteger por lo que lo lógico sería que estipularan unas cláusulas para la reglamentación y solución de estos problemas en busca de una protección marcaria y de bienes digitales. Así como las políticas actuales de Amazon donde existen unas “políticas de propiedad intelectual” y su protocolo en caso de existir una violación de este.

Junto a los problemas de protección se suman los problemas de territorialidad en desarrollo del comercio, donde en plataformas sin límites nacionales y alcances globalizados a la hora de existir un problema entre empresas o personas de diferentes nacionalidades queda la duda sobre donde se resuelve este conflicto, surgiendo la necesidad de remitirse a los principios del derecho internacional privado. Existen diferentes posibilidades al momento de reclamar en transacciones comerciales como hacerlo en el país del comprador, en el del vendedor o incluso en el país que se encuentra el servidor del metaverso que se está utilizando, todas estas dudas siendo traídas debido a la globalización y facilidad de comunicación que nos entrega este nuevo universo tecnológico. Se debe tener en cuenta que el metaverso como tal no es uno solo, sino un conjunto de plataformas donde hay diversos mundos virtuales donde confluyen personas de todas partes del mundo, y en consecuencia ordenamientos jurídicos globales. Cuando se presenta confluencia de ordenamientos lo ideal es que las distintas normas se encuentren armonizadas, sin embargo, cómo se puede armonizar una normativa que simplemente no existe.

Viene con unas nuevas oportunidades para las empresas no solo desde el marketing sino desde los trabajadores, ya comienza a hablarse de los Metatrabajadores en este universo que es cambiar algo tan básico como una nueva forma de desarrollar reuniones, viniéndose nuevos espacios para realizar estas labores. Las leyes de teletrabajo permitirán un lineamiento para los trabajadores en el metaverso como también se abrirá una mayor posibilidad de contrataciones internacionales eliminando las barreras geográficas. Los nuevos trabajos en el metaverso implican retos como la autenticidad de los avatares y evitar actividades prohibidos, Noemí Brito especialista en derecho digital

establece que para evitar esto las empresas “podrían establecer criterios para la mejor identificación de los trabajadores en sus nuevas oficinas virtuales”

“Una vez en plantilla, el empresario puede tener problemas para adaptar algunas normas disciplinarias, de control empresarial o de desconexión digital al sistema de trabajo en el metaverso. Puesto que el nuevo despacho del asalariado es el espacio virtual” Si bien existen las normas de teletrabajo, esta nueva realidad virtual “supone un reto que se enfrenta a la realidad jurídica más tradicional que conocemos”. (Sagardoy, 2022)

Las empresas deben replantearse cosas desde su objeto social, creando preguntas como ¿Será necesario registrar la presencia en el metaverso como objeto social de la empresa? O incluso más a fondo de los reglamentos como la posibilidad de realizar las reuniones de socios en estos espacios.

Son muchos los retos por enfrentar en el tema de metaverso y el principal como lo estableció el Dr. Jaime Santofinío es que son los particulares los que han creado sus reglas, impuesto sus sanciones y regulado las condiciones y según la convención de Derechos Humanos el único capaz de regular mis derechos es el órgano de representación general (El Estado), tomando más importancia los “términos y condiciones” que se aceptan al usarlas. Sin marco normativo las grandes empresas son las que dictan las normas y sin presencia de la ley salvo en aspectos macro. Se espera las empresas tengan una protección de sus derechos patrimoniales y las de sus consumidores, así mismo debido a sus grandes impactos, alcances y desarrollos que tengan fuertes lineamientos en la protección de su propiedad intelectual.

Dictar las normas sobre comportamientos en un espacio de privado es el gran dilema que viene para el mundo del derecho. Aún más cuando estas normas solo son aplicadas en un pequeño espacio del territorio mundial y no alcanzan un gran espacio globalizado como si lo hacen estas plataformas.

Quedan planteadas diferentes preguntas sobre cómo se afectará la realización de trámites y la solución de problemas entre personas de países que no tengan regulación como Colombia, queda todo en manos de jueces y la interpretación de normas existentes o diferentes tratados y organizaciones internacionales que los cubran y regulen.

Lo que queda claro es que el problema es la falta de regulación que existe sobre el tema, un universo que crece cada vez más rápido y son más las personas que acceden a él. Así se resalta la necesidad de la creación de un marco regulatorio nuevo que tenga en cuenta a estas nuevas consideraciones tecnológicas, basándose en los lineamientos y derechos preexistentes, con unas miras globalizadas y en busca del crecimiento y desarrollo económico. No se puede quedar atrás el derecho cuando la sociedad y la tecnología avanzan.

Conclusión

Sin duda alguna, desde la perspectiva de la generación de ingresos y expansión de la economía, la inversión de las empresas en el metaverso no es una opción, sino una necesidad. Las empresas no tienen otra alternativa que adaptarse a estos nuevos modelos de negocio basados en la realidad extendida, de lo contrario no sobrevivirán.

Poco a poco, el metaverso abarcará gran parte de la economía actual de manera global, lo cual se convierte en un problema si hablamos de regulación, aterrizado al panorama nacional. Actualmente la mínima regulación que existe sobre los metaversos se enmarca sobre todo en la protección marcaria de los bienes digitales que en esta se utilicen, pero esta no se encuentra como suficiente para todos los problemas y desarrollos que se dan dentro del Metaverso, demostrando la necesidad de una regulación con carácter internacional que permita un crecimiento seguro de esta plataforma. Sigue la duda de que manera puede llegarse a realizar esta y que tan efectiva serán las regulaciones actualmente existentes ante una plataforma de alcance global cuando la propiedad industrial sigue siendo registrada a niveles nacionales y solo teniendo efectos territoriales, además de lo caro que resulta para las sociedades producir y proteger sus marcas en el metaverso (Teniendo que pagar el registro en cada país que se pretende llegar) y es que ¿Acaso los pequeños negocios no podrán ingresar sin correr riesgos o mínimo de protección?. Aquí surge una necesidad no solo a nivel nacional, sino internacional de registro y protección para efectos por lo menos de desarrollo virtual, donde la mayor forma de lograr actualmente esto es a través de los términos de cada una de las plataformas.

Hasta que las autoridades tanto nacionales como internacionales logren establecer una presencia en esta nueva realidad, sabiendo las dificultades que trae consigo debido a la naturaleza descentralizada y autónoma del metaverso, los contribuyentes estarán expensas de que sus actividades en estas plataformas sean gravadas en el mundo real, con una regulación casi inexistente y sin garantías para sus productos.

Bibliografía

Abrol, A. (2022, 15 septiembre). *Sandbox Metaverse | An Ultimate Guide*. Blockchain Council. <https://www.blockchain-council.org/metaverse/sandbox-metaverse/>

Bissada, M. (2022, 14 abril). *McDonald's Files Trademark For Metaverse-Based «Virtual Restaurant»*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/masonbissada/2022/02/09/mcdonalds-files-trademark-for-metaverse-based-virtual-restaurant/?sh=3046a1756678>

Caballero, Jhon (2021) Los criptoactivos y su régimen jurídico relevante <https://derinformatico.uexternado.edu.co/criptoactivos/>

Carrillo De La Rosa, Y., Carrillo Velásquez, A. F., & Cano Andrade, R. A. (2022). Aportes del Derecho Romano a la tradición jurídica de occidente. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, 14(28), 475–495. <https://doi.org/10.32997/2256-2796-vol.14-num.28-2022-3986>

Caro Benítez, M. (2022). Constitucionalización del Derecho Internacional de los Derechos Humanos: Una mirada desde el enfoque Basado en Derechos Humanos y Goce Efectivo de Derechos. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, 14(27), 155–179. <https://doi.org/10.32997/2256-2796-vol.14-num.27-2022-3814>

Correa Fernández, M. de J., Luna Salas, F., & Pacheco Benjumea, M. P. (2022). Valor Probatorio del Documento Electrónico a la Luz de la Digitalización de la Justicia en Colombia. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, 14(28), 302–324. <https://doi.org/10.32997/2256-2796-vol.14-num.28-2022-3976>

Canorea, E. C. (2022, 20 abril). *Para qué utilizan las empresas los metaversos y por qué las grandes tecnológicas están tan interesadas*. Plain Concepts. <https://www.plainconcepts.com/es/metaverso-empresas/>

Esteban, P. (2022, 20 agosto). *Y a los trabajadores en el metaverso? ¿Qué ley les aplicamos?* El País. <https://elpais.com/economia/negocios/2022-08-20/y-a-los-trabajadores-en-el-metaverso-que-ley-les-aplicamos.html>

Gerben, J. E. (2021, 10 septiembre). *What Does Class 9 Cover in Trademark Applications?* Gerben Intellectual Property. <https://www.gerbenlaw.com/blog/what-does-class-9-cover-in-trademark-applications/>

Gerben, J. E. (2022, 13 mayo). *How to Get a Trademark for Virtual Goods*. Gerben Intellectual Property. <https://www.gerbenlaw.com/blog/how-to-get-a-trademark-for-virtual-goods/>

Hermès Pushes for Summary Judgment in Lawsuit Over MetaBirkins NFTs. (2022, 28 octubre). The Fashion Law. <https://www.thefashionlaw.com/hermes-pushes-for-summary-judgment-in-lawsuit-over-metabirkins-nfts/>

Hoyos Bula, M., et al. (2023) *Metaverso: Gestión en el Sector del Turismo*. En Gonzalez & Matute (Coord). *La administración pública en la configuración del Metaverso*. Tirant lo blanch.

Intellectual, O. M. D. L. P. (2016). *Principios básicos de la propiedad industrial*. WIPO Knowledge Repository. Recuperado 26 de octubre de 2022, de <https://tind.wipo.int/record/35228>

Kilzi, M. (2022, 20 mayo). *The New Virtual Economy Of The Metaverse*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/05/20/the-new-virtual-economy-of-the-metaverse/?sh=4903282f46d8>

Lorduy, J. P. M. (2022, 18 abril). *Empresas aceleran llegada al mundo virtual del metaverso*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-aceleran-llegada-al-mundo-virtual-del-metaverso-564174>

Pardo Martínez, O. (2022). La dignidad como fundamento axial de los derechos en el constitucionalismo: praxis judicial colombiana. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, 14(28), 360–385. <https://doi.org/10.32997/2256-2796-vol.14-num.28-2022-3981>

Rodríguez, M. J. (2022, 27 mayo). *Los NFTs y la Propiedad Intelectual: ¿Cómo protejo mis derechos y los de terceros?* Gómez-Pinzón Abogados. <https://gomezpinzon.com/los-nfts-y-la-propiedad-intelectual-como-protejo-mis-derechos-y-los-de-terceros/>

SIC. (s. f.). *Pasos para solicitar el registro de una marca* | Superintendencia de Industria y Comercio. Superintendencia de Industria y Comercio. <https://www.sic.gov.co/tema/propiedad-Industrial/pasos-para-solicitar-el-registro-de-una-marca>

Solano Maestre, J. A. (2022, 21 junio). *El metaverso y la necesidad de una regulación para el desarrollo óptimo de un comercio basado en realidad virtual*. Blog de Derecho de los Negocios, Universidad Externado de Colombia. <https://dernegocios.uexternado.edu.co/el-metaverso-y-la-necesidad-de-una-regulacion-para-el-desarrollo-optimo-de-un-comercio-basado-en-realidad-virtual/>

Teixeira, L. (2022, 27 abril). *La propiedad intelectual en el Metaverso, una nueva relación entre marcas y consumidores*. LexLatin. <https://lexlatin.com/noticias/propiedad-intelectual-metaverso-relacion-marcas-consumidores>

TheFashionLaw.com. (2022, 12 septiembre). *What Brands Can Learn from RTFKT's Metaverse Trademarks*. The Fashion Law. <https://www.thefashionlaw.com/what-brands-can-learn-from-rtfkts-metaverse-trademarks/>

Villa, P. J., Amaya, J. P. & Pacheco, J. M. (2022). *Metaverso: Perspectivas jurídicas de la nueva realidad (virtual)*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/60201>