

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de Colombia s.a.



La Propiedad Intelectual y su relación 2010 con el Sector Artesanal



Alexander Parra Peña

***Abogado Especialista en Propiedad
Intelectual***

INTRODUCCION



INTRODUCCION

HUMANO



ACTIVOS
INTANGIBLES

DERECHO DE
AUTOR

PROPIEDAD
INDUSTRIAL

PROPIEDAD
INTELECTUAL

¿Qué es la Propiedad Intelectual?



Es el nombre que se da a la **propiedad creada mediante esfuerzo intelectual humano.**

Creaciones de la mente

“Cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considere de naturaleza intelectual y merecedora de protección, incluidas las invenciones científicas y tecnológicas, las producciones literarias o artísticas, las marcas y los identificadores, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas” (OMPI)



- Los factores de la Creación Intelectual esta dada por : **iniciativa humana,**
- **ingenio,**
- **creatividad,**
- **inventiva,**
- **inspiración repentina,**
- **revelación o nueva visión de hechos observados.**

Aspectos Principales de la P.I.

Propiedad Industrial

SIC



Signos Distintivos

- Lemas comerciales
- Enseñas comerciales
- Nombres comerciales
- Marcas: bienes y servicios
- Denominaciones de Origen
- Marcas Nacionales

Nuevas Creaciones

- Patentes invención
- Modelos de Utilidad
- Diseños Industriales
- Circuitos Integrados

Secretos Comerciales

- Competencia Desleal

Derecho de Autor

DNDA



Derecho de Autor

- Obras Literarias
- Obras Artísticas

Derechos Conexos

- Artistas, Interpretes o Ejecutantes
- Organismos de Radiodifusión
- Productores de Fonogramas

Otras formas de Propiedad

- Variedades Vegetales (ICA)
- Recursos Genéticos,
- Conocimientos Tradicionales y las expresiones del Folclore (Mincultura y Mincomercio)

Mecanismos jurídicos de defensa

El Derecho de Autor

Protege a los creadores de obras en los campos literario y artísticos, plasmadas sobre un medio tangible de expresión.

Confiere derechos para:

- Reproducir una obra.
- Elaborar obras derivadas.
- Interpretar o exhibir la obra.



Su protección es **automática** desde el momento de la creación.

El Derecho de Autor

Para proteger su obra, el autor debe demostrar su:

- **Originalidad** (Autoría)
- **Creatividad** (Nivel Creativo / no – trivialidad)
- **Tangibilidad** (Representación de la obra sobre un medio tangible)

Se clasifican en derechos **morales** y **Patrimoniales**.



El Derecho de Autor

Los Derechos Morales

Vínculo: autor con su obra

Permiten exigir:

- ✓ Paternidad .
- ✓ Respeto e Integridad.
- ✓ Control a la Divulgación.

Los derechos morales son:

***Inalienable-
Intransferibles
Irrenunciables-
Imprescriptibles***

Los Derechos Patrimoniales

Beneficio económico y control a la explotación de la obra.

Confieren el derecho a realizar, autorizar o prohibir:

- ✓ Reproducción
- ✓ Comunicación y distribución pública.
- ✓ Transformación.

Son derechos enajenables y con duración limitada en el tiempo.

En Colombia, la ley brinda protección al autor sobre su obra durante su vida y 80 años después de su muerte

Obras de Arte Aplicada

Obras relacionadas con la artesanía:

- **Pintura** (aplicada en Cerámica, Metal, Madera, Cuero, Fibra natural, Tela, etc).

- **Dibujo** (Boceto preliminar)

- **Escultura** (Técnicas como el tallado, la fundición, la cerámica y la orfebrería en piedra, mármol, barro, cemento, metales o madera.)

- **Grabado** (incisiones sobre algún material, principalmente metal, piedra madera o linóleo)

- **Obra de Arte Aplicada:** Son las obras artísticas incorporadas en un artículo útil, ya sea en una obra de artesanía o producida a escala industrial.

El derecho de autor concede un reconocimiento a la obra incorporada en el elemento utilitario, y no a éste en sí mismo considerado.



¿Qué son los derechos conexos?

Estos derechos conexos han evolucionado *en torno* a las obras protegidas por el derecho de autor y proporcionan derechos similares aunque, con frecuencia, más limitados y de menor duración a:

- **Los artistas ejecutantes** (como actores y músicos).
- **Los productores de grabaciones de sonidos.**
- **Los organismos de radiodifusión** en sus programas de radio y televisión.



Limitaciones y Excepciones de los derechos de autor

✓ **Derecho de Cita.**

✓ **Ilustración de la Enseñanza.**

✓ **Acontecimientos de Actualidad.**

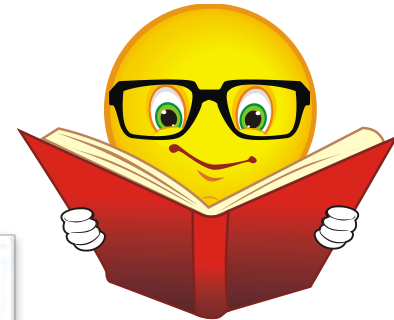
✓ **Discursos y similares**

✓ **Uso copia privada y sin fines de lucro.**



Limitaciones y Excepciones de los derechos de autor

- ✓ **Las bibliotecas** públicas pueden reproducir, para el uso exclusivo de sus lectores.



- ✓ **Obras en sitios públicos.**



- ✓ **Conferencias.**

- ✓ **Publicar Leyes, Decretos, etc**



Contratos en Derecho de Autor

Obra Individual

Un solo autor es quien realiza la obra bajo su cuenta y riesgo.

Obra colectiva

Dos o más autores y un responsable por la coordinación y ejecución. Titularidad colectiva y solidaria entre los autores.

Obra por contrato de prestación de servicios o bajo relación laboral

Los derechos patrimoniales pertenecen al contratante y los morales al autor.

Cesión o transferencia de derechos

Una vez realizada la obra, los derechos patrimoniales son transferidos a un tercero por el autor o autores.

Obras creadas por funcionarios públicos

Los derechos morales pertenecen al funcionario y los patrimoniales a la Entidad Pública contratante.

Muerte del autor

Los derechos patrimoniales pasan a pertenecer a sus herederos.

Registro Nacional de Derecho de Autor

La finalidad del Registro es brindarle a los titulares de derecho de autor y derechos conexos un **medio de prueba y de publicidad a sus derechos, ofrece garantía de autenticidad y seguridad a los títulos de derecho de autor y de derechos conexos y a los actos y documentos que a ellos se refiere.**

Cómo registrarse?

Dirección Nacional de Derecho de Autor, ubicada en la Calle 28 No. 13A-15 Piso 17, en la ciudad de Bogotá.

Los pasos a seguir son los siguientes:

1. Obtenga el formulario de registro en las oficinas de la DNDA o en el sitio Web (www.derautor.gov.co). Este formulario **no tiene ningún costo.**
ON LINE
2. Diligencie el formulario que consta de dos hojas "Registro" y "Certificado" (Anexar dibujo o fotografía)
3. Trámite ante la DNDA.
4. Entrega Registro (15 días promedio)





UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR
MINISTERIO DEL INTERIOR Y DE JUSTICIA



Ingreso al portal web de Registro de Obras, Actos y Contratos.

Apreciado Usuario:

- A partir de este momento todas las solicitudes de registro en línea deberán ser efectuadas mediante la creación de una cuenta personalizada, la cual deberá tener un nombre de usuario y una contraseña creadas por usted.
- Los pasos para la creación de su cuenta personalizada son muy sencillos e intuitivos, para iniciar el proceso basta hacer un clic en la casilla "Regístrese", que encontrará en la parte inferior de esta pantalla y diligenciar los campos que allí se solicitan. Sin embargo, si lo desea, puede consultar el siguiente [LINK](#) para obtener ayuda.
- Una vez usted cree su cuenta personal, el proceso de registro en línea es, básicamente, el mismo que usted probablemente ya conoce. Si no lo ha empleado no se preocupe, el proceso es intuitivo y consta de 4 pasos muy sencillos.
- Un aspecto importante que se ha implementado con este nuevo sistema, es que a partir de la fecha, y gracias a su cuenta personal usted podrá llevar una relación de todas las solicitudes de registro efectuadas, consultar el estado del trámite, y cuando el registro se efectuó, contar de manera inmediata con una copia electrónica de su certificado, cuantas veces lo requiera.
- De igual manera y a partir de la fecha, las nuevas solicitudes que se efectúen y que no sean aprobadas por la Oficina de Registro, serán devueltas para su corrección mediante un oficio que también estará disponible en su cuenta personalizada.
- Finalmente, nos permitimos recordar que el uso de su clave es personal y exclusivo. Al comenzar a emplear el sistema de registro en línea usted acepta y conviene los [Términos y Condiciones](#) de uso del aplicativo, razón por la cual la Dirección Nacional de Derecho de Autor no es responsable del uso indebido de su clave.

Para el ingreso al servicio de registro en línea ingrese su usuario y contraseña.

Usuario:

Contraseña

Ingresar

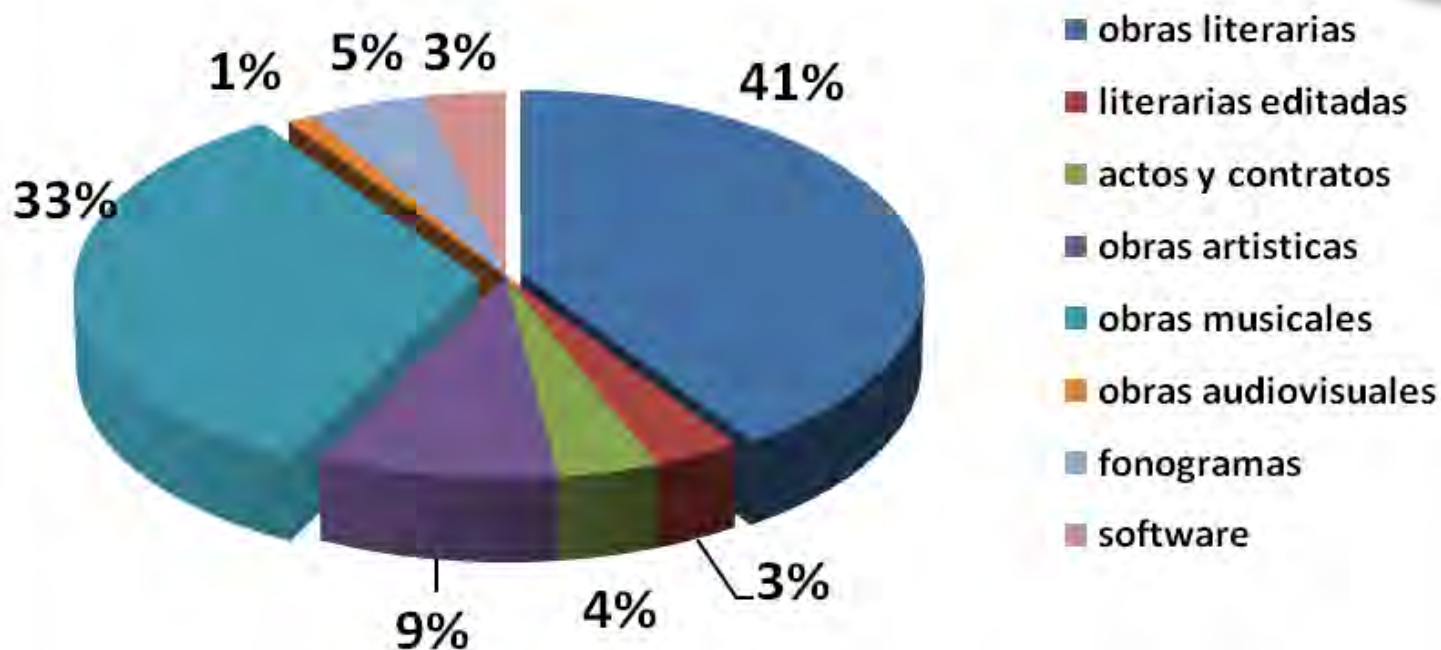
Si aun no se ha inscrito por favor dé clic en "Regístrese"

[Regístrese](#)

[Olvido su contraseña?](#)

Cifras Actuales de Derecho de Autor

Registros de obras de derecho de autor en Colombia, 2009



Fuente: DNDA, Ministerio del Interior y Justicia

- **37.557 registros de obras, (18.277 fueron realizados en línea)**
- Las industrias protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos – IPDA, tienen una participación promedio en el Producto Interno Bruto del 3.3%. (OMPI)

Propiedad Industrial

Es la que adquiere por sí mismo el inventor o descubridor con la **creación o descubrimiento de cualquier invención relacionada con la industria; y el productor, fabricante o comerciante con la creación de signos especiales** con los que distinga de los demás de la misma categoría.

La Propiedad Industrial **no es automática.**

Salvo en el caso de los secretos empresariales y los nombres comerciales, para ser titular de un derecho de Propiedad Industrial se requiere que sea **presentada y concedida una solicitud.**



Signos Distintivos

Nombre Comercial

Nombre que identifica a la empresa en el desarrollo de su actividad comercial



Registro Mercantil

Razón o denominación social de la empresa al inscribirse en la Cámara de Comercio



- No siempre la razón social coincide con el nombre comercial.
- Una empresa puede tener más de un nombre comercial.
- Una razón social no es prueba del uso de un nombre comercial
- Se incluye la razón social y la sigla de la empresa en el Registro de Cámara de Comercio.

Signos Distintivos

Lema Comercial

- Palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca
- Debe registrarse junto con el signo al cual se asocia
- Su vigencia está sujeta a la del signo

Enseña Comercial

- Nombre que identifica al establecimiento de comercio.



Lema:
“Nuestra misión:
vestir al mundo”





Nombre comercial: *ETB*

Lema Comercial: “*Exprésate*”

Razón Social: *Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá S.A. E.S.P.*

Sigla: *E.T.B. S.A. E.S.P.*



Nombre comercial: “Almacenes *Éxito*”

Lema Comercial: “*Así es tu éxito*”

Razón Social: *Almacenes Éxito (Casino)*

Cadenas de Almacenes:(Enseña Comercial)





Nombre comercial: *Carrefour*

Lema Comercial: “*Cada vez más Chévere*”

Razón Social: *Grandes Superficies Ltda.*

Marcas asociadas:



[Ver más información](#)



¿Qué es una marca?

Marca:

“Cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en un mercado”



La marca debe ser **distintiva** y no debe inducir a engaño.

El registro de una marca otorga los derechos de:

- Impedir su uso o falsificación.
- Cederla o enajenarla.
- Licenciar su uso a terceros.

Marca

Marca :

- Facilitar la búsqueda y selección del producto.
- Permitir la identificación del fabricante del producto.
- Establecer la diferencia entre los productos de una empresa frente a los demás.
- Representar la calidad de los productos y servicios que se protegen.

La marca no protege los productos en sí mismos, sino la denominación comercial de la empresa que los produce u oferta

En Colombia, las marcas se conceden por periodos renovables de 10 años a partir de la fecha de aprobación del registro. Los trámites de registro duran en promedio 10 meses (2 meses para renovación), con costos de tarifa de \$688.000(2010)



Las 100 Marcas Más Poderosas del 2008

Valor de Marca (\$ millones de dólares) / % Cambio en Valor de Marca vs. 2006

1 Google	86,057	/ 30%
2 GE	71,379	/ 15%
3 Microsoft	70,887	/ 29%
4 Coca-Cola	58,208	/ 17%
5 China Mobile	57,225	/ 39%
6 IBM	55,335	/ 65%
7 Apple	55,206	/ 123%
8 McDonald's	49,499	/ 49%
9 Nokia	43,975	/ 39%
10 Marlboro	37,324	/ -5%
12 Toyota	35,134	/ 5%
15 Citi	30,318	/ -10%
23 Disney	23,705	/ 5%
39 Pepsi	15,404	/ 15%
44 Carrefour	15,057	/ 29%
62 Yahoo!	11,465	/ -13%
71 Colgate	10,576	/ 37%
94 Avon	7,209	/ 10%









“Top of mind” Colombia 2009

La mas recordadas

1. Colgate



2. Coca-Cola



3. Sony



4. Arroz Roa



5. Ariel



✓ Por primera vez entraron en este rango marcas de ropa deportiva, como Adidas y Nike, las cuales además lograron puntajes similares a los que tienen marcas tradicionales de alimentos como Zenú, Alpina, Nestlé y Fruco.

✓ Doria, éxito y Bancolombia son las marcas que mas crecen en el top of mind de niños y jóvenes

✓ Mc Donalds desplazó a Presto en el top of min de comidas rápidas

✓ La marca que más crece en recordación es La Fina de 46% a 56%. Su jingle no pierde vigencia. Nueva versión de Fonseca

¿Cómo se construye una marca?

La respuesta reside en las siguientes áreas de construcción de reputación:

- ✓ *Calidad del producto.*
- ✓ *Disponibilidad del producto.*
- ✓ *Facilidad para hacer negocios con usted.*
- ✓ *Amabilidad y vocación de servicio del personal de ventas y de servicio.*
- ✓ *Prestaciones del producto.*



Clave : Mejora continua en cada una de estas cinco áreas.

- **La reputación** es mucho más poderosa que la publicidad. Y la publicidad **"de boca en boca"** es mucho, mucho más poderosa que la publicidad.
- Las empresas no deberían invertir la misma cantidad de dinero que invierten en decir lo buenas y grandes que son en **mejorar el servicio que brindan a los clientes.**
- La marca se debe construir a sí misma a través de las **palabras y los testimonios de los demás.**

Marcas registrables

Denominaciones sugestivas

Son aquellas que incorporando un elemento de fantasía, transmitan indirectamente al consumidor una idea que le permita asociar el signo con el producto que se anuncia.



Denominaciones arbitrarias

Son palabras acuñadas o signos de uso común que, asociados a los bienes del dueño de la marca, ni describen ni sugieren la calidad de dichos bienes



Marcas no registrables

Denominaciones descriptivas

- **Dulce** para azúcar.
- **Pecuaría** para almacén de productos del campo.
- **Micro** para computadores.

Denominaciones genéricas

- **Camisa** para camisas.
- **Artesanías** para artesanías.

Los adjetivos calificativos suelen ser aceptados como marcas

- **Confortable** para hamacas.

PASOS PARA SOLICITAR EL REGISTRO DE UNA MARCA



- **Conozca las normas vigentes:***

- Decisión 486/2000 – Régimen Común sobre Propiedad Industrial.
- Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio - Título X



- **Ubique la marca en una de las 45 clases según la Clasificación Internacional de Niza.***

Ejemplos: Clase 25 Vestidos, sombreros y calzado

Puede consultar las normas y la Clasificación Internacional de Niza en la Biblioteca de la SIC (Piso 5) o en la página web www.sic.gov.co



- **Verifique si la marca esta registrada o en proceso de registro, para ello se tienen dos alternativas:**

- a) Solicitando una certificación de marca, mediante la cual se puede establecer si una marca exacta a la que se pretende solicitar está o no registrada. Valor \$12.000 (doce mil pesos).
- b) Solicitando un listado de antecedentes marcarios, mediante el cual es posible establecer la existencia de marcas similares que podrían afectar la concesión de la misma. Valor: \$25.000 (veinticinco mil pesos).



- **Solicite el formulario (Petitorio)** de manera gratuita en el Centro de Documentación e Información (mezanine-2° piso) o imprimirlo desde nuestra página de Internet. www.sic.gov.co



El valor de la solicitud es de \$688.000

Los pagos se deben realizar en la cuenta corriente 062754387 Código rentístico 01 de cualquier sucursal del Banco Bogotá, a nombre de Superintendencia de Industria y Comercio. Información adicional marque nuestra línea de atención 0513240 en Bogotá y 018000-910165 a nivel nacional de lunes a viernes de 7:00 a 19:00 horas y sábado de 8:00 a 13:00 horas o consulte nuestra página web www.sic.gov.co en la opción servicios en línea/ Propiedad Industrial.

Tipos de marcas

Nominativas

Conjunto legible y pronunciable de letras, frases y/o números (**logos**)



Figurativas

Marcas consistentes exclusivamente de una figura o signo visual (**símbolos**)



Mixtas

Combinación integrada de elementos figurativos y nominativos (**logosímbolos**)



Tipos de marcas

Sonoras o auditivas

Sonidos o combinaciones de sonidos, distintivos y susceptibles de representación gráfica (partitura musical)



Olfativas

Olor distintivo y susceptible de representación gráfica (fórmula química **Ex. Besito de Coco**)



Tridimensionales o plásticas

La forma tridimensional de un producto, envase o envoltura, siempre que no corresponda a una forma usual en el mercado y distinga a un producto



Tipos de Marca

Marca Nacional o de País

Representa los **activos de competitividad** de una organización o de un país, sus **miras, su genio, su carácter inconfundible, las personas que lo conforman**, lo que tienen que ofrecer al mercado.

Significa poseer una **identidad, un nombre y una reputación.**

Frentes de acción
**Exportación,
Turismo e
Inversión**



Marca Nacional

Aspectos que involucra un marca nacional :

- El turismo
- Las exportaciones
- El gobierno
- La población
- La Inversión y la migración
- La cultura y el patrimonio

La marca nacional es la identidad nacional hecha tangible, sólida, comunicable y útil



Alemania



Italia



Brasil



Colombia

Tipos de marcas

Marcas Colectivas

Son registradas, normalmente a nombre de una persona jurídica (una asociación, un gremio, una cooperativa, etc.) que se encarga de su administración permitiendo que los miembros que hacen parte de ella puedan utilizarlas.



¿Cómo funciona una marca colectiva?

- **Reglamento de uso**
 - Cualidades de los productos
 - Forma de uso de la marca
 - Control
- **Autorización**
 - Afiliación
 - Cumplimiento con las normas y reglas
- **Control**

Las **marcas colectivas** se utilizan a menudo para demostrar la pertenencia a una organización.



Importancia de la marcas colectivas

- Denota el **origen común** de los productos y servicios procedentes de los productores o empresas individuales que la usan.
- **Informar** al público sobre ciertas **características del producto** que la marca colectiva indica.
- Promueven **productos que son característicos de una determinada región.**
- **Cooperación entre productos locales** para el posicionamiento de la marca.

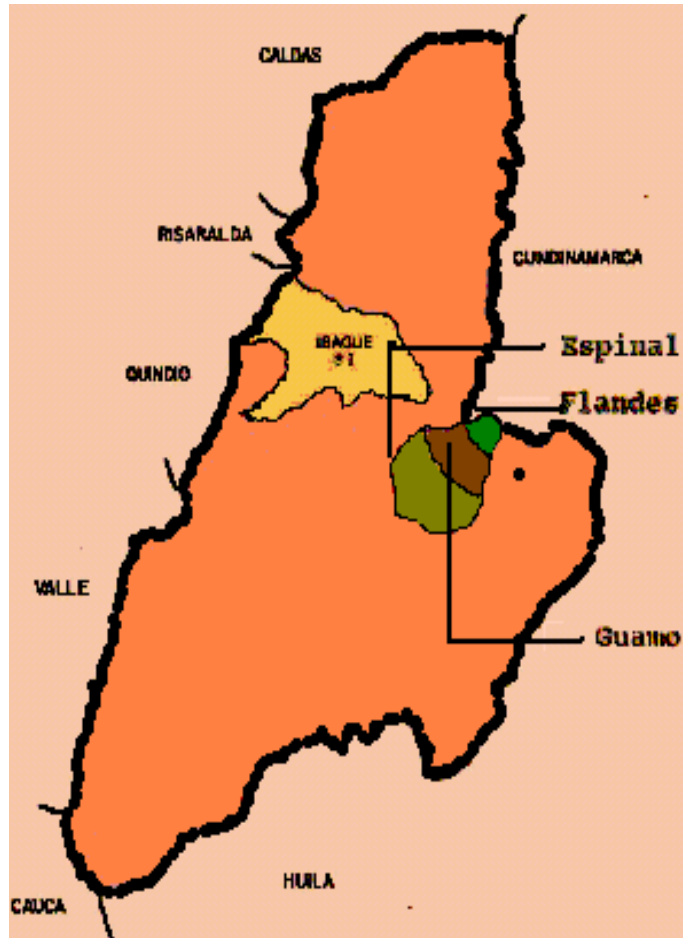


Beneficios de la marcas colectivas

- **Economías de escala** (costo de registro, campaña publicitaria, observancia, etc.).
- Puede facilitar la **cooperación** con los operadores locales.
- **Desarrollo local**
 - creación de marca colectiva debe ser paralela al desarrollo de ciertas normas y criterios, y de una estrategia común
 - homogeneización de los productos, mejoramiento de calidad



Marca Colectiva: “La Chamba”



Marcas de Certificación

Las marcas de certificación pueden servir para certificar, por ejemplo:

- Hecho a mano
- Respetado exigencias de ecológicas en el proceso de producción
- Los productos han sido hechos por mujeres
- Calidad de los productos y servicios
- Producto es producido por una comunidad indígena



¿ Cómo funciona una marca de certificación?

- **Reglamento de uso**
 - Cualidades y características garantizadas
 - Forma de uso de la marca
 - Control (antes y después autorización)
- **Autorización**
 - Cualquier persona cuyo producto cumpla con las condiciones
 - No debe ser miembro
 - Contrato de licencia
 - Titular no puede utilizar
- **Control**



Cancelación de registros de marcas

Si este registro cumple con las siguientes condiciones:

- No uso durante los 3 años anteriores al inicio de la acción.
- Notoriedad de la marca.
- Genericidad o uso común,



Cesiones

¿Se puede ceder el 50% de una marca sin perder el derecho a la misma?

El titular de una marca puede ceder un porcentaje de su marca, caso en el cual el cedente y el cesionario pasan a ser copropietarios de la marca.

Registros de marcas en Colombia



Fuente: SIC, 2009

- 21 mil 808 registros de marcas de productos y servicios concedió la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), durante el 2009.

Casos Famosos Usurpación de Marcas

- Se ha comprobado la falsificación de productos médicos como la aspirina, el dolex y otros.
- En alimentos se ha verificado que personas inescrupulosas **cambian la etiqueta** a los productos para perros y gatos, reemplazándolas por etiquetas de alimentos para consumo humano, obteniendo así ganancias millonarias.



Son muchas las personas que han quedado ciegas por consumir licores adulterados y por ese motivo es necesario destruir los envases una vez consumido el producto.

“Surtidora de Aves de la 22” tuvo que cambiar su nombre a **“Compañía del Sabor”** por todas las marcas derivadas que surgieron, como:

- “Serviaves 22”**
- “Superaves de la 131”**
- “Superdorado de Aves 22”**
- “Surteaves”**
- “Surti Pollo Dorado”**
- “Surtiaves 22”**
- “Surtidor de Aves de la 22”**
- “Surtidora de Aves de la 86”**
- “Surtidora de Aves la 24”**
- “Surtidora de Aves Rs**



Indicaciones de Procedencia

Indicaciones Geográficas

Nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado.

Por lo general consisten en el nombre del lugar de origen de los productos.



Denominaciones de Origen

Indicación geográfica aplicable a productos con un origen geográfico concreto y que poseen cualidades o reputación derivadas esencial o específicamente del medio geográfico en el que se encuentran, incluyendo factores naturales y humanos como los conocimientos y tradiciones de fabricación.



¿ Qué es una DO?

Utilizada para designar un producto originario de ellos

- Lugar en que el producto es **producido**
- Lugar en que el producto es **extraído (granito, sal)**
- Lugar en que el producto es **elaborado (licor, queso)**

La calidad, reputación u otras características se deban exclusivamente o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce

Factores naturales: composición del suelo/agua/clima; flora, fauna.

Factores humanos: experiencia (métodos tradicionales) y pericia en el cultivo y elaboración de los productos

Otros



¿ Cómo funciona una DO?

Solicitud (Ante la SIC)

- Zona geográfica
- Productos
- Calidades, reputación u otras características

Examen

Declaración (registro)

Autorización Personas que

1. Directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos
2. Realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica
3. Cumplan con los requisitos establecidos

Término : 10 años, renovable.

Infracción: Personas no autorizadas no deben utilizar la DO si dicha utilización puede inducir a error en relación con el verdadero origen del producto

Denominaciones de Origen en Colombia



Denominación
de Origen
Café de Colombia



Artesanía de “Guacamayas”
Boyacá

Ejemplo: “Talavera de Puebla” México.

- *Considerada como la cerámica más fina en México*
- *Hecha y pintada a mano*
- *Arte ligado históricamente a la cultura árabe*
- *Típicos son los diseños geométricos en azul oscuro sobre fondo blanco*
- *El diseño del color o los colores de la pieza se realizan con las reglas tradicionales*



“Implementación de los derechos de propiedad intelectual en las artesanías emblemáticas de Colombia”

FIN

*Dotar al sector artesanal de las **herramientas legales** necesarias para proteger sus expresiones culturales a través de la implementación del uso de **marcas colectivas, de certificación y denominaciones de origen** como estrategia de innovación y comercialización para el posicionamiento de las artesanías emblemáticas del país en el mercado nacional e internacional.*

COMPONENTES

Sensibilización y Gestión
Capacitación y Formación
Estudio Técnico –Jurídico
Protección Jurídica
Promoción Comercial



Avances: 2008-2009

15 Comunidades atendidas:

Comunidad Artesanal	Producto
La Guajira- Comunidad Wayuú	Tejidos: Chinchorros, hamacas, mochilas
Atlántico- Usiacurí	Tejeduría en Iraca
Bolívar-San Jacinto	Tejidos y Hamacas
Córdoba/Sucre- Resguardo Zenú	Sombrero Vueltaio
Huila- Pitalito	Chiva
Nariño-Pasto	Barniz de Pasto
Nariño- Sandoná	Sombrero en iraca
Boyacá- Raquira	Alfarería
Tolima- La Chamba	Cerámica negra
Caldas- Aguadas	Sombrero Aguadeño
Bolívar- Mompox	Filigrana de Mompox.
Putumayo - Valle de Sibundoy	Artesanías de Sibundoy: Tejidos, collares en chaquira, instrumental musical y vistosas máscaras para su carnaval.
Chocó - Bajo San Juan	Artesanías en Werregue del Chocó: Cestería, bandejas coloridas elaboradas por los indígenas Wounanan
Antioquia - Carmen de Viboral	Cerámica de Carmen de Viboral: Vajillas, Materas y Artículos de loza
César-Magdalena- Guajira-Resguardo Arahuaco	Artesanías Arahuacas. Mochilas



Logros

Registradas



La Chamba
Marca Colectiva



Kankui



Guacamayas*

Denominación de Origen

Solicitadas

- Tejeduría Wayuú
- Tejeduría de San Jacinto.
- Sombrero Aguadeño
- Tejeduría Zenú
- Cerámica Ráquira*



Promoción Comercial



Participación de Stand del proyecto en :

-Expoartesanías. Bogotá 2008-2009.

-Expoartesano Medellín Octubre de 2009



Plegable Proyecto



Pendientes

Nuevas solicitudes: (2010)

- Filigrana de Mompox
- Tejeduría Wounaan (Werregue)
- Cerámica Carmen de Viboral
- Tejeduría Arahuaca
- Tejeduría Usiuacurí (Atlántico)
- Tejeduría de Sandoná (Nariño)
- Artesanías del Valle de Sibundoy(Putumayo).



Artesanía en el Marco de la Propiedad Intelectual

Diseño Industrial : La Decisión Andina 486 lo define
“Artículo 113: Se considerará como diseño industrial la apariencia particular de un producto que resulte de cualquier reunión de líneas o combinación de colores, o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, línea, contorno, configuración, textura o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto”



Debe gozar de **novedad**, es decir no presentar diferencias secundarias o ser igual a los existentes.

(Término 10 años).

Beneficios del registro del diseño industrial

El Diseño Industrial

- La protección de los dibujos y modelos industriales propicia la **competencia leal** y las prácticas comerciales honestas y alienta la creatividad, lo que se traduce en productos estéticamente más atractivos y diversificados.
- **Alienta la creatividad** en los sectores industriales y manufactureros.
- Contribuye a la **expansión de las actividades comerciales y a la exportación de productos nacionales.**



Secretos Comerciales

Es toda **información comercial confidencial** que confiera a una empresa una ventaja competitiva.



Tipos:

1. **Invenciones o procesos de fabricación que no registrables o que satisfagan los criterios de patentabilidad**

Ex: Listas de clientes o de procesos de fabricación.

2. **Invenciones que satisfagan los criterios de patentabilidad** y, por consiguiente, puedan ser protegidos por patentes.



Competencia Desleal

Sirve para proteger intereses particulares de los partícipes en el mercado contra las conductas de sus competidores o cualquier otro agente de partícipe dentro de la actividad económica.

Clases:

- ✓ Desviación de clientela,
- ✓ Desorganización,
- ✓ Confusión,
- ✓ Explotación de reputación ajena, entre otros.

Dirime el conflicto :

- ✓ Jueces civiles del circuito o
- ✓ Superintendencia de Industria y Comercio,



Nuevos desafíos de la Propiedad Intelectual

Los Conocimientos Tradicionales

- Sistema de **conocimientos, creaciones, innovaciones y demás expresiones culturales de una comunidad,**
- Transmitidos de generación en generación
- Considerados como **patrimonio de un determinado pueblo o nación**
- Que **evolucionan constantemente** en función de los cambios que se producen en su entorno

Patrimonio Cultural y Folklore

- Folklore es el **conjunto de expresiones tangibles o intangibles de las tradiciones, prácticas, costumbres, rituales y creencias de una comunidad étnica o país,**
- Creadas por **comunidades étnicas específicas**
- Compuestas por elementos culturales **transmitidos de generación en generación**
- Sus **autores son desconocidos** o no identificados.
- Se consideran parte del **Patrimonio Cultural** de una nación

Mecanismos de defensa de los derechos otorgados

Contencioso	Ordinaria	Administrativa	Penal
Acción de Nulidad	A. Infracción Proh. por Uso Comp. Desleal Uso no autor. A. Reivindicatoria	Cancelación Comp. Desleal Medidas de Frontera	Usurpación de Marca (Art. 306 Código Penal)

Gracias