

WE intangia

GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

ENERO - MARZO 2016 REVISTA N° 20



DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

**LA VENTA ONLINE DE
PRODUCTOS CULTURALES.
QUÉ PROTEGER ANTES DE
VENDER**



INTANGIBLES

**COMERCIO ELECTRÓNICO.
LA ADECUACIÓN LEGAL DE
LOS SISTEMAS DE
INFORMACIÓN,
COMUNICACIÓN Y VENTA
ONLINE**



EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

**LAS NUEVAS NORMAS
EUROPEAS PARA LA
PROTECCIÓN DE
CONSUMIDORES Y
USUARIOS**



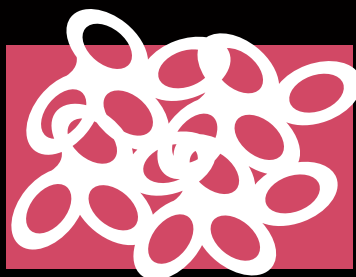
ASOCIADOS

**ANA IBÁÑEZ BARRICAT DE
JUNNA BRANDING Y SU
NUEVA TIENDA ONLINE
JUNNA DESIGN**



ACTIVIDAD INTANGIA

**ACTIVIDADES PRIMER
TRIMESTRE.
PRÓXIMAS ACTIVIDADES.
ASAMBLEA GENERAL
ANUAL EL 26 DE ABRIL
DE 2016**



intangia
GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

REVISTA N.º 20

SALUDO

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL

LA VENTA ONLINE DE PRODUCTOS
CULTURALES

QUÉ PROTEGER ANTES DE VENDER

INTANGIBLES

COMERCIO ELECTRÓNICO

LA ADECUACIÓN LEGAL DE LOS
SISTEMAS DE INFORMACIÓN

COMUNICACIÓN Y VENTA ONLINE

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

LAS NUEVAS NORMAS EUROPEAS
PARA LA PROTECCIÓN DE
CONSUMIDORES Y USUARIOS

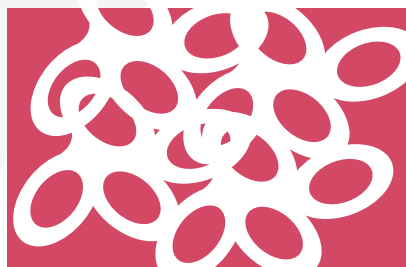
ASOCIADOS

ANA IBÁÑEZ BARRICAT DE JUNNA
BRANDING Y SU NUEVA TIENDA
ONLINE JUNNA DESIGN

ACTIVIDAD INTANGIA

ACTIVIDADES PRIMER TRIMESTRE
PRÓXIMAS ACTIVIDADES

ASAMBLEA GENERAL ANUAL EL 26
DE ABRIL DE 2016



intangia

GESTION DE ACTIVOS INTANGIBLES

SALUDO ASOCIACIÓN

Estimad@s Soci@s

*Os saludamos de nuevo desde la Asociación Intangia, a través de un nuevo número de nuestra Revista **We Intangia**, la edición Nº 20.*

*En primer lugar queremos hacer un recordatorio sobre el próximo **26 de Abril**, en el que se celebra el **Día Mundial de la Propiedad Intelectual**, y aunque este año no organizamos ninguna actividad pública, estaremos igualmente a vuestra disposición para la celebración interna de este día, nos podemos ver en la Asamblea anual que celebramos el 26 de Abril. Este año el lema elegido por la OMPI es "**Creatividad digital: reinventar la cultura**", y por ello esta revista está dedicada al ámbito digital. En concreto, esta edición está dedicada al tema de la **venta on line** de productos, en el que es trascendental, desde el punto de vista legal, proteger los productos (especialmente si se trata de obras intelectuales) que se ponen a la venta, y además cumplir con otras normas aplicables: la ley de protección de datos, la de protección de consumidores y usuarios y la normativa que regula el comercio electrónico, que son reglas de cumplimiento obligatorio. Desglosamos en varios artículos los **aspectos legales del comercio electrónico** para cualquier sitio web que permita vender productos creativos.*

*Estas normativas están en constante evolución, desde el Parlamento Europeo, por ejemplo, nos llegan novedades importantes, como lo son las nuevas herramientas y plataformas para la **resolución de los conflictos derivados del comercio electrónico** (arbitraje, mediación).*

*Para ayudarnos a comprender la eficacia de los **sistemas de comercio electrónico**, en esta edición contamos con la participación de **la empresaria creativa Ana Ibáñez Barricat, de Junna branding**, asociada de Intangia, y experta en estrategia de marca y desarrollo web, que nos ayudará a analizar cómo integrar un sistema de venta online de productos en nuestra estrategia comercial. También nos presenta su nueva web de venta en línea de ropa y complementos de confección artesanal Junna Design.*

¡Mucho ánimo, Ana, en esta nueva aventura empresarial!!!

Esperamos que estos contenidos os resulten de utilidad.

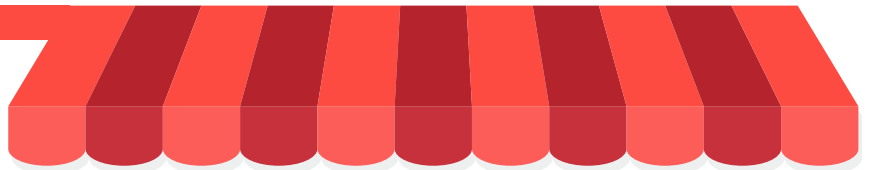
Un cordial saludo para todos.

Conchi Cagide Torres

Presidenta Intangia

LA VENTA ONLINE DE PRODUCTOS CULTURALES

QUÉ PROTEGER ANTES DE VENDER

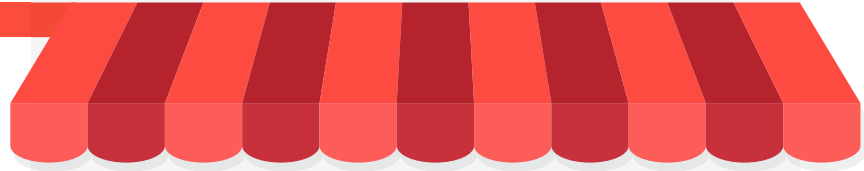


Los autores y empresas creativas tienen una herramienta muy eficaz para promocionar, ofrecer y vender sus obras intelectuales a clientes y nuevos usuarios. Internet permite prestar este servicio de venta en línea, ya sean dichos productos ejemplares de obras intelectuales (obras musicales, libros, imágenes, software o videojuegos, juguetes), ya se trate de obras intelectuales hechas por encargo, a medida o bajo condiciones marcadas por los clientes u ejemplares únicos (fotografías, esculturas, pinturas, dibujos, comics, maquetas, piezas de joyería, de arte, ropa, calzado o complementos confeccionados de forma artesanal).

Antes de lanzar la tienda online, es recomendable que los autores conozcáis los instrumentos legales que os permiten proteger todos los elementos que forman la tienda online:

Por una parte, está la propia **página web**, una obra intelectual en sí misma, de forma que se puede proteger tanto la estructura como los contenidos de la tienda virtual: textos explicativos, imágenes, videos, son registrables, ante el Registro de Propiedad Intelectual, disponiendo de un procedimiento específico para el registro de dichos contenidos de la página web. Tened en cuenta que no es necesario este registro para insertar el copyright o el símbolo que acredita la existencia de derechos de explotación sobre los contenidos de la página web o tienda online; el © puede insertarse aunque no exista registro; este sistema de protección lo que permite es tener una prueba pública de la autoría de los contenidos web, lo que otorga un sistema eficaz de defensa en caso de copias no autorizadas de dichos contenidos.

Por otra parte, los propios **productos creativos** que se ponen a la venta, especialmente recomendable en productos de confección personalizada o venta de ejemplares únicos o por encargo, en los que los ejemplares pueden acompañarse de un certificado de autenticidad, que indique además el número de registro; en el caso de ejemplares que se venden de forma masiva, es igualmente recomendable que el autor disponga de un medio de prueba de autoría, indicando igualmente que la obra está registrada, y que el comprador que adquiere el ejemplar no es titular de derechos de explotación sobre la obra, sino un usuario o adquirente legítimo con derecho limitado a usar el ejemplar adquirido y no a realizar otros actos de explotación.



Además, es conveniente que el nombre de empresa, nombre del creativo o nombre del producto, que puede estar o no asociado a un nombre de dominio, se registre como **marca comercial**, un registro que proporciona el uso exclusivo del nombre al titular, y evita que en el sector del producto, no pueda existir otra marca con la que se comercialice un producto idéntico o similar. El registro en este caso dura 10 años, con posibilidad de renovación.



Por último, en el caso en que la forma, apariencia o envase del producto sea igualmente novedoso, disponemos de la posibilidad de registrar como **diseño industrial** o **diseño artístico** dicha forma nueva u original, un registro que durante un plazo mínimo de 5 años (renovables por periodos iguales hasta un máximo de 25 años), va a otorgar al titular la posibilidad de tener la exclusividad en la forma del producto.

COMERCIO ELECTRÓNICO

ADECUACIÓN LEGAL DE LOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN Y VENTA ONLINE

Aunque la venta en línea de productos intelectuales sea en teoría un paso sencillo, que desde el punto de vista técnico sólo requiere una página web y un sistema de pago electrónico, y no se requieren trámites administrativos o permisos específicos para poder activar un sistema de comercio electrónico, sí que debemos cumplir con varias normativas, que regulan la prestación de servicios por internet, que protegen a los usuarios o consumidores o que imponen obligaciones en relación a la recogida y tratamiento de los datos personales que recabamos de los clientes en nuestra pasarela de pagos de la tienda online. Por ello, vamos a desglosar en el apartado intangibles las normativas que debe cumplir nuestra tienda on line, para que los sistemas de comunicación y venta on line estén adecuadas a la legalidad y no tengamos problemas con usuarios y clientes.

Son dos las regulaciones que afectan al comercio electrónico (estas normativas se aplican a cualquier sistema de comercio electrónico, con independencia del tipo de producto o tienda online, ya se trate de productos creativos o cualquier otro tipo de producto):

1. La **primera gran regulación** que debemos tener en cuenta es la normativa que regula internet: la **Ley de Servicios de la Sociedad de la información y Comercio Electrónico**, (LSSI), que entró en vigor en el año 2002, y que impone una serie de obligaciones a todos los **prestadores de servicios** que operamos en internet.

“Prestador de servicios”, según la LSSI, puede serlo una empresa, una entidad, un profesional o empresario autónomo, que ofrece servicios de cualquier tipo en internet: desde servicios informativos o de promoción de sus productos, hasta la venta on line de los mismos; por lo tanto, cualquiera que mediante una página web informa, publicita o vende sus productos o servicios debe cumplir con la normativa;

Este cumplimiento mínimo exige:

- a. Insertar un aviso legal en el que se informe de los datos identificativos o de contacto de la empresa, profesional o empresario; así como un email y teléfono de contacto en el que se atiendan las quejas y reclamaciones de los clientes y usuarios.
- b. Si además, se dispone de un sistema de comercio electrónico, debe informarse de forma clara y visible de los productos que se ponen a la venta, de los precios de cada producto, de los costes complementarios (envíos, transporte, devoluciones), de la disponibilidad de cada producto, y de la política de devoluciones. Esta información se incluirá en unas condiciones generales de contratación que, además, deben estar adecuadas a las normativas de protección de consumidores y usuarios para la venta no presencial, en concreto, la Ley 3/2014, que exige:

b.1 Informar al consumidor y usuario de su derecho a la devolución de los productos, excepto si el producto o servicio no admite tal derecho; es lo que llama la ley derecho de desestimiento (art. 102 Ley 3/2014), que puede ejercerse por el cliente en los 14 días siguientes a la recepción del producto, de forma totalmente gratuita y sin indicar los motivos de la devolución; los productos que no admiten el derecho de desestimiento se indican en el art. 103 de la ley citada, y entre ellos se encuentran:

- La prensa diaria, las revistas, y publicaciones periódicas ;
- Los productos claramente personalizados o hechos a medida o bajo las especificaciones del cliente;
- Las obras musicales, literarias, programas de ordenador u otros contenidos digitales que no se suministren en soporte material, que sean descargables y siempre que se informe debidamente al cliente que con el inicio de la descarga haya comenzado la ejecución del contrato;
- Las grabaciones sonoras, videos o programas de ordenador que se envíen precintados y que el cliente, después de su recepción, haya desprecintado;

Por lo tanto, existen productos intelectuales que son exclusiones del ejercicio del derecho de desestimiento, debido a que pueden sufrir el riesgo de ser objeto de uso o reproducción y posterior devolución gratuita por parte del cliente.

b.2 Informar al consumidor o usuario del lugar e idioma de celebración del contrato de venta, así como del ámbito jurisdiccional, y de la política para la resolución de los conflictos derivados de la venta en línea del producto. (Este último apartado ha sido modificado recientemente, ver apartado experiencias internacionales de esta revista).

c. Por último, establecer y explicar la política de cookies, ya que las normativas más recientes (modificación de la LSSI por la Ley de Telecomunicaciones del año 2014) exigen que el usuario esté informado del uso en la web de dispositivos de almacenamiento y recuperación de sus hábitos de navegación, acepte expresamente el uso de cookies antes de iniciar la navegación por la página web, y se pueda dirigir a una política de cookies en la que se explique qué es una cookie, qué tipo de cookies se usan en dicha web y la forma de desactivarlas, en su caso . Si no se usan estos dispositivos o cookies no debe cumplirse con esta obligación.

2. La **segunda normativa** que se aplica a la venta online de productos es la referente a la **protección de datos personales, la LOPD** (Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, del año 1999, y Real Decreto de 2007), aplicable siempre que para la puesta en venta de los productos en internet, se soliciten datos personales de los clientes, y que exige:

a. Cumplir con la obligación de informar al cliente de la finalidad de la recogida y tratamiento de sus datos personales para hacer efectiva la compra; el responsable del tratamiento debe estar identificado, y haber declarado ante la Agencia Española de Protección de Datos el fichero que utiliza para la recogida y tratamiento de los datos personales;

Se entiende por "fichero" cualquier soporte en el que se recoja, almacene y trate el dato personal de un cliente, por lo que un formulario rellenable en la página web en el que el cliente facilite un nombre y una dirección de correo electrónico, es, conforme a la LOPD.

b. Cumplir con la obligación de obtener el consentimiento expreso del comprador para el tratamiento de sus datos personales, especialmente si los datos van a ser utilizados para fines distintos de la tramitación de la venta (por ejemplo, para finalidades promocionales y comerciales, mediante el envío de mailings informativos o campañas de marketing online)

c. Cumplir con la obligación de permitir que el titular de los datos pueda ejercitar sus derechos de acceso (informarse sobre el tipo de datos que disponemos sobre la persona), rectificación (corregir datos erróneos) , cancelación (anular sus datos de nuestro fichero) o bien oposición (oponerse al tratamiento de sus datos personales), facilitando con instrucciones claras cómo debe ejercitar estos derechos.

d. Además, deberá asegurarse de aplicar las medidas de seguridad jurídicas y técnicas que impone el Real Decreto 1720/2007, de medidas de seguridad aplicables al fichero de datos personales.

El cumplimiento de estas obligaciones se obtiene en la práctica mediante la inserción de un **aviso legal** que explique la política de cumplimiento de protección de datos, que deba aceptar el cliente antes de enviar sus datos personales. El botón de aceptación o emisión de consentimiento mediante el sistema "**clickwrap**", es perfectamente válido y sirve tanto para obtener el consentimiento de cara a la aceptación de la política de protección de datos como para la aceptación de las condiciones de venta aplicables a nuestro sistema de comercio electrónico, ya que es una forma de emisión del consentimiento con plena validez legal.

ACEPTO

LAS NUEVAS NORMAS EUROPEAS PARA LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

La Unión Europea ha puesto en marcha una nueva plataforma online para la tramitación de las reclamaciones derivadas del comercio electrónico. Tras la entrada en vigor de la Directiva de resolución alternativa de litigios en materia de consumo (DIR 2013/11/UE) y del Reglamento 524/2013 del Parlamento Europeo, regulador de la resolución de litigios en línea en materia de consumo, se introduce una nueva obligación para todas las empresas y profesionales que dispongan de tienda online en internet. Esta obligación se concreta en que deben informar de la existencia de una Plataforma europea de resolución de conflictos y reclamaciones derivadas del uso de la tienda online, pudiendo presentar incluso una reclamación en dicha plataforma. La plataforma está ya operativa desde el 15 de febrero de 2016, para todos los Estados de la UE. Funciona de forma gratuita, y está accesible en todas las lenguas oficiales de la UE, también en español.

Por el momento, la obligación de los propietarios de una tienda online se concreta en facilitar un enlace directo a la plataforma, ya sea en los avisos legales de la web o en el apartado más conveniente para que el cliente la pueda leer (en las condiciones de venta, por ejemplo).

El enlace es el siguiente: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>

Se puede informar de la siguiente forma: mediante la inserción en el clausulado de vuestras condiciones generales de contratación la siguiente cláusula:

“Resolución de litigios en línea en materia de consumo: conforme al art. 14.1. del Reglamento Europeo 524/2013, la Unión Europea facilita una plataforma de resolución de litigios en línea disponible en el enlace siguiente:

<http://ec.europa.eu/consumers/odr>

Los clientes podrán someter sus reclamaciones a través de la plataforma de resolución de conflictos en línea.”

Una vez acceda a la plataforma, el cliente o consumidor puede elegir una de las entidades que en cada Estado miembro, puedan ofrecer el servicio de resolución extrajudicial de la reclamación, que harán en el plazo máximo de 90 días. Normalmente, son instituciones que ofrecen servicios de resolución extrajudicial, sean arbitraje y/o mediación. En el ámbito del consumo, la Ley española excluye específicamente el uso del sistema de mediación, por lo que en España serán instituciones de arbitraje las que puedan ofrecer estos servicios de resolución de reclamaciones derivadas del comercio electrónico.

Sin embargo, aunque ya varios Estados europeos han redactado normativas que cumplen con esta normativa europea, no así en España, donde seguimos a la espera de que se articule una regulación que haga cumplir con esta normativa europea, que determine qué condiciones deben cumplir las instituciones arbitrales que ofrezcan estos servicios de resolución extrajudicial y las obligaciones complementarias que deban cumplir los titulares de tiendas online; esta es la obligación, a pesar de que el plazo para la adaptación a la nueva legislación europea expirara en 2015.

Esta obligación complementa y completa las ya analizadas en el apartado intangibles, sobre el cumplimiento de la LSSI y LOPD, como reguladores del comercio electrónico.

ENTREVISTA A ANA IBAÑEZ DE JUNNA BRANDING HA ABIERTO SU PROPIA TIENDA DE E-COMMERCE

Ana, como especialista en marketing y estrategia digital, y experta en branding, pero también como titular de una nueva tienda online para la venta de productos textiles y complementos de producción artesanal y ecológica.

1. Ana, como experta en branding y desarrollo de proyectos webs, ¿qué ventajas puedes destacar de internet para la promoción y la venta de productos y servicios?

Disponer de un proyecto web coherente con nuestros servicios/productos, nos permite dar a conocer nuestra marca, posicionarla, ofrecer una imagen profesional y de confianza para nuestros negocio.

Internet nos permite tener presencia, llegar a millones de personas ubicadas en las diferentes partes del mundo, a la vez que nos permite segmentar los usuarios a los cuales queremos dirigir nuestros productos y servicios.

La presencia que nos brinda, pasa por mostrar nuestro proyecto web no sólo en cualquier parte, sino también en cualquier momento: visibilidad las 24h, los 365 días del año.

La inversión, es inferior al hecho de tener una tienda física (local, personal...), ya que con un ordenador e internet, puedes disponer de tu proyecto online, ofreciendo una gama amplia de productos si se diera el caso, sin tener que contar con un gran almacén, únicamente, trabajando la gestión con los proveedores de acuerdo a las necesidades de mercado. Flexibilidad en nuestros horarios y ahorro de tiempo.

Comunicación fácil y directa. El consumidor accede a nuestra información de una manera rápida y puede contactar directamente con nosotros a través de email, chat, etc... Una comunicación en la que el feedback entre vendedor y comprador puede aportar y formar parte en la consecución de nuestro negocio. (comunicación 3.0)

Por último, contamos con herramientas que nos permiten medir esta interacción con el usuario, de manera que gracias a los resultados, podemos reconducir y mejorar nuestras ventas para atender de una manera más real a las necesidades del usuario.





¿Y en el caso de los productos intelectuales? Un sistema de comercio electrónico para vender libros, fotografías, música, moda o artesanía, ¿qué posibilidades genera? ¿Puede tener un coste asequible para los autores? ¿Necesitan tener conocimientos sobre nuevas tecnologías?

En el caso del comercio electrónico de productos intelectuales como los citados, las posibilidades son las mencionadas en la pregunta anterior; marca, visibilidad, ahorro de costes y tiempos, comunicación directa con nuestros compradores, etc... un mundo de posibilidades que colocan nuestro producto al alcance de clientes potenciales que día a día visitan y compran de manera exponencial a través de la red.

Realizar una página web con comercio electrónico, varía con respecto a las necesidades de cada proyecto. El primer paso es sentar las bases de nuestra marca, pasando por el tipo de producto, sus características, variedad, público objetivo al que dirigirlo, etc... un serie de puntos que hay que establecer antes de emprender un proyecto online, para posteriormente, trabajar sobre la plataforma más adecuada para cada caso.

Hoy en día, existen plataformas muy bien preparadas para ofrecer este tipo de servicios, y los costes de las mismas han bajado mucho con respecto a hace unos años, cuando se trabajaban páginas a medida con programación desde cero. Este tipo de plataformas, además, facilitan una gestión autónoma, ofreciendo herramientas de fácil manejo, que junto con una formación y manual explicativo, cualquier persona sin conocimiento sobre nuevas tecnologías, puede gestionar su propio proyecto de e-commerce (comercio electrónico).

El marketing será imprescindible, que te conozcan y conozcan tus productos, ¿por dónde empezar a darse a conocer?

La base para darse a conocer, parte de tu marca, de cómo está trabajado el branding de la empresa.

Una vez tienes esta base bien estructurada, segmentación de mercado, público objetivo, declaración de posicionamiento, nombre, mensaje y diseño del logotipo (etapas de creación y diseño de marca), pasaríamos a la tercera etapa, implantación y control, dónde trabajaremos la comunicación, entre otras herramientas y la que aquí nos ocupa, la página web; herramienta de marketing online para comenzar a darnos a conocer. Unido a ello será importante trabajar las redes sociales, seleccionando la más adecuada para cada tipo de negocio, blogs con contenido de calidad, trabajo de posicionamiento SEO, SEM y nunca olvidarse del marketing offline, a través de soportes físicos y medios tradicionales.

Por último, como experta en la gestión de sitios web, y en tu opinión, ¿qué pasos son imprescindibles para tener una adecuada protección en la red y además que la tienda online cumpla con la legalidad?

Para tener una adecuada protección en la red, hay una serie de obligaciones como la Ley de comercio electrónico LSSI, a través de la cual debemos publicar el nombre de la empresa o individuo, domicilio social de la empresa, e-mail, NIF o CIF, aviso legal y condiciones. Además la LOPD obliga a todas las empresas que dispongan de datos personales de terceros a darse de alta en Agencia de Protección de Datos. Ahora bien, para una tienda online existen diferentes niveles:

- Nivel básico: Si solo pides datos básicos (nombre, dirección, teléfono, e-mail)
- Nivel medio: Si además pides datos bancarios o de la tarjeta.

Si utilizas métodos de pago como PayPal o el TPV de Servired o 4B no hará falta que cumplas con el nivel medio (ellos son los que se quedan los datos bancarios, no tú), pero si manejas datos de tarjeta, cuidado, porque puedes incumplir con esta ley.

Importante de cara a la protección de las obras, es que las imágenes que subamos a la web, tengan una marca de agua con nuestro logotipo, a la vez de recoger en nuestra plataforma el copyright, símbolo que nos reconoce como titular o cesionario en exclusiva del derecho de explotación sobre la obra o producción.





EJEMPLO DE TIENDA ON LINE: LA WEB DE MODA PARA NIÑAS

Ana Ibáñez, ha abierto muy recientemente su propia tienda de e-commerce, www.junna-design.com, en la que, bajo el slogan "Fashion textile design" vende diseños muy especiales.

Tal y como nos cuenta en la página web, ofrece una línea de productos de producción artesanal, desde el mismo estampado hasta la pieza textil acabada.

Su línea de prendas infantiles en 100% algodón, con dibujos, colores y texturas artísticas. Puedes hacer el pedido online y suscribirte al boletín de novedades.



Fotografía: © 2016 Junna Design



ACTIVIDAD

intangia

PROYECTO SELF COPYRIGHT

Como sabéis, el año 2015 ha sido el año de lanzamiento del proyecto Self Copyright o símbolo de la autogestión. Desde este verano de 2015 estamos trabajando en el proyecto, tenéis a continuación una reproducción del símbolo tal y como se utilizará en las obras.



Es un proyecto que ha tenido además el respaldo mediante el sello MECNA de mecenazgo del Gobierno de Navarra.



Es un proyecto que ha tenido además el respaldo mediante el sello MECNA de mecenazgo del Gobierno de Navarra.

Esto significa que todas las aportaciones que realicemos los socios al proyecto, a su ejecución y continuidad, serán fiscalmente deducibles con porcentajes de desgravaciones en vuestro Impuesto de Renta de personas físicas o Impuesto de Sociedades en el caso de empresas; las desgravaciones para el caso de los asociados y asociadas de Navarra son las siguientes:

Un 80% para los primeros 150 euros que aporten personas físicas; a partir de 150 euros, el porcentaje es del 30%

Un 40% para los primeros 150 euros que aporten las empresas, a partir de 150 euros, el porcentaje es del 20%; además, se deducirán como gasto el total de lo aportado.

No sólo se pueden aportar al proyecto cantidades económicas, también bienes, servicios o derechos, y con las empresas y profesionales podemos firmar convenios de colaboración para sacar adelante el proyecto.

PODEIS REALIZAR VUESTRAS APORTACIONES EN EL SIGUIENTE NÚMERO DE CUENTA BANCARIA: IBAN INTANGIA ES20 3008 0231 0625 6689 6912 (referencia: nombre y apellidos proyecto SC)

Los asociados de Comunidades Autónomas distintas a la Comunidad Foral de Navarra recibirán también un certificado fiscal ya que su aportación es considerada donación a entidades sin ánimo de lucro. También podrán realizar aportaciones las personas físicas o empresas que no estén asociadas. Siempre será recomendable que se asocien para después poder participar en las actividades a nivel europeo.

ESPERAMOS VUESTRAS APORTACIONES, LLEVAMOS YA 640 EUROS RECAUDADOS Y NECESITAMOS LLEGAR A LOS 1.800 EUROS INICIALES PARA TENER LA MARCA COLECTIVA REGISTRADA A NIVEL EUROPEO.

ACTIVIDAD

intangia

En este momento hemos dado ya el primer paso de registro, con la solicitud de la marca colectiva a nivel nacional, y un coste de 404,97 euros de tasas. En los próximos 6 meses necesitamos recaudar los 1.800 euros para la extensión europea de la marca por lo que os solicitamos que los que no hayais hecho las aportaciones, las hagais lo antes posible.

Muchas gracias

SERVICIO DE MEDIACIÓN POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

En el departamento de mediación de la Asociación Intangia estamos desarrollando desde el año 2013 el servicio de mediación para asociados y clientes, con la finalidad de poner a vuestra disposición una herramienta eficaz para la resolución de conflictos derivados de la titularidad y explotación de los derechos de propiedad intelectual y otros intangibles que podáis gestionar en vuestros proyectos creativos.

A partir de 2016, pondremos en marcha una nueva fase, la de mediación por medios electrónicos, que nos permitirá ofrecer el servicio a través de la página web. Las fases que seguiremos para implantar el servicio son las siguientes :

1ª fase- elaboración de la documentación , formularios y cambios en la web de Intangia para el acceso al servicio de mediación: abril-junio 2016.

2ª fase- implantación de l sistema de videoconferencias para la celebración de las sesiones de mediación, pruebas y puesta en marcha del servicio: julio-agosto 2016.

ABRIL

ASAMBLEA GENERAL DE INTANGIA. 26 ABRIL 2016

El próximo martes 26 de abril, se celebrará la Asamblea General Anual de Intangia, Será a las 15,30 horas en primera convocatoria, 16,00 horas en segunda convocatoria, en la sede de la Academia de baile LEBAL, c. Padre Barace, nº 3 bajo trasera, de Pamplona, con el siguiente orden del día:

- Aprobación actas Asamblea año 2015
- Renovación de la Junta de Intangia
- Altas y bajas socios (año 2015).
- Aprobación ingresos y gastos 2015
- Proyecto Self Copyright : aportaciones voluntarias de asociados año 2015, actividades proyecto europeo (año 2016), propuesta de pagos obligatorios y sometimiento a aprobación por la Asamblea
- Servicio de Mediación Electrónica para asociados y clientes

El martes 26 coincide con el DIA MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, por lo que es un día estupendo para vernos de nuevo todos y todas, os animamos a asistir a la Asamblea.

Os dejamos a continuación el cartel del Dia mundial de la propiedad intelectual.

ACTIVIDAD

intangia

fuelle:
www.wipo.int/ip-outreach/es/ipday/
©OMPI.2016

Día Mundial
de la Propiedad
Intelectual de 2016

26 de abril

**Creatividad digital:
reinventar la cultura**

#worldipday
www.wipo.int/ipday

CIERRE

WE INTANGIA N°20

¿QUIERES PARTICIPAR?

En el caso en que deseéis participar en el contenido de esta revista, podeis poneros en contacto con Intangia en la siguiente dirección de correo electrónico: info@intangia.es

¿QUIERES PUBLICITARTE?

Si deseas publicitarte en los apartados de esta revista, puedes ponerte en contacto llamando al teléfono 948 321399 o en la dirección de correo electrónico: info@intangia.es

Edición nº. 20 Revista Digital We Intangia.

© Intangia Asociación para la defensa de intangibles. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin previa autorización de sus autores y titulares.

En varios de los apartados de la revista se muestran textos, imágenes e ilustraciones realizados por los colaboradores de la entidad. Prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin permiso expreso de sus autores.

© artículos revista. Conchi Cagide Torres

© edición gráfica. Anuska Arbildi