

Informe Basque DCC

Departamento de Cultura y Política Lingüística
del Gobierno Vasco

26/11/2020



AUDENS

Calle San Vicente 8, 4ºF, Edificio Albia II - 48001 Bilbao
Marqués de Cubas, 12, 5ºC - 28014 Madrid

www.audens.es

Antecedentes y objeto del Informe

Nuestra Firma ha sido contratada por el Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (en adelante, “Departamento de Cultura”) para analizar, en relación a las Industrias Culturales y Creativas vascas en materia de Propiedad Intelectual¹ (entendiéndose esta última, a tales efectos, en sentido amplio²), el grado de conocimiento y el grado de cumplimiento de aquéllas, así como la detección de objetivos para la posterior realización de actividades y acciones que mitiguen dichas desviaciones.

Pese a que, históricamente, no ha existido una conceptualización única de las Industrias Culturales y Creativas (en adelante, ICCs), habiéndose utilizado diversos criterios y conceptos para su designación o definición; en la actualidad, la noción que más consenso ha generado es la aportada por la UNESCO. Así, en virtud de la referida definición, por ICCs debe entenderse (también al objeto del presente Informe) “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”³.

Así, tomando esta conceptualización de las ICCs, el Observatorio Vasco de la Cultura ha venido dividiendo las ICCs en 15 subsectores, agrupados en Subsectores Culturales y Subsectores Creativos⁴, tal y como puede apreciarse en la siguiente tabla:

| | |
|--|--|
| Artes escénicas Artes visuales Audiovisuales Edición y medios impresos Música Patrimonio cultural | Arquitectura Artesanía Contenidos digitales Diseño Gastronomía Industrias de la lengua Moda Publicidad y marketing Videojuegos |
| Subsectores Culturales | Subsectores Creativos |

De esta forma, cada uno de los subsectores arriba referenciados, pese a presentar una caracterización y rasgos propios en cuanto a su organización o configuración, presenta elementos en común con el resto de subsectores culturales y creativos. Entre estos puntos en común se encuentra,

¹ En su forma abreviada, “PI”.

² Comprendiendo tanto la Propiedad Intelectual en sí misma como aspectos inherentes a la Propiedad Industrial (marcas, diseños, patentes...).

³ Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales. UNESCO. Paris, 20 de octubre de 2005.

⁴ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición de los sectores de las ICC en Euskadi”. Departamento de Cultura y Política Lingüística, 2018. Disponible en: http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_argit_ksi_mugaketa_2018/es_def/adjuntos/Delimitacion_ICC_EUSKADI.pdf

como no podría ser de otra forma, la urgente necesidad de proteger sus creaciones, invenciones, modelos, dibujos, patentes y demás elementos intangibles que, en muchos casos, constituyen incluso la piedra angular de su negocio o explotación. Así pues, un correcto conocimiento de las necesidades reales de las ICCs unido a un asesoramiento *ex ante* y *ex post* es imprescindible para preservar los activos generados por estas industrias de injerencias de terceros y, sobre todo, para dotarles de seguridad jurídica en el giro y tráfico económico, mercantil, empresarial o industrial.

Consecuentemente, el presente Informe tiene por objeto la detección del nivel de conocimiento general de las ICCs en la protección de sus activos intangibles, el análisis del grado de cumplimiento en materia de acciones de protección de PI, y la definición de las necesidades reales de las ICCs, para la posterior valoración en orden a la realización de acciones y actividades en el marco del Proyecto “Basque District of Culture and Creativity” (en adelante, “Basque DCC”), concebido para prestar ayuda a profesionales y empresas de las ICCs en sus procesos de emprendimiento, innovación y mejora de la competitividad. Dentro de estos objetivos, esta Firma tiene encomendado el análisis de las necesidades en materia de PI de las ICCs (con base a la comparativa entre el estado actual del tejido empresarial y el cumplimiento óptimo) y la definición de sus objetivos y prioridades.

A tales efectos, esta Firma mantuvo sendas reuniones y comunicaciones con las personas responsables de Gobierno Vasco, Innobasque, la propia Basque DCC y diferentes agentes de las ICCs, a fin de conocer las verdaderas vicisitudes del Proyecto e inferir las necesidades prácticas de la Industria en lo que a la protección de sus activos y explotaciones se refiere. En el conjunto de reuniones mantenidas se acordó la elaboración del presente Informe con el siguiente contenido mínimo:

- 1. Análisis del cumplimiento óptimo en materia de gestión de intangibles (propiedad intelectual e industrial).**
- 2. Análisis del estado actual de las Industrias Culturales y Creativas vascas.**
- 3. Comparativa entre el estado actual de las Industrias Culturales y Creativas vascas y el cumplimiento óptimo en materia de gestión de intangibles.**
- 4. Conclusiones.**

Metodología empleada

Para la realización del presente Informe se ha tomado como referencia, además de la información recabada presencialmente por esta Firma en las diversas reuniones mantenidas con las personas responsables del Proyecto y con las personas representantes de las principales ICCs, la documentación recibida por correo electrónico que a continuación se refiere:

| Documentos | |
|--|--|
| Basque DCC.pptx | Presentación del Proyecto Basque DCC que resume los objetivos del Proyecto, caracteriza el sector de las ICCs en Euskadi, sus necesidades y enuncia determinadas propuestas. |
| Itinerarios - Serv de orient y ases del Basque DCC - v3 | Presentación del Proyecto Basque DCC que incluye la contextualización del servicio de orientación y asesoramiento (itinerarios de la web). |
| Priorización herramientas FDC_vdef | Presentación del Proyecto Basque DCC que se refiere a las herramientas, propuestas y contenidos de Flanders DC y su priorización para la puesta en marcha del Proyecto. |
| Kultura Flash informazio eskaerarako mezua | Documento de solicitud de información a compañías y espectáculos para la producción y emisión del “Kultura Flash” en EITB. |
| P18_166_1 Informe PI en la ICC v2_240419 | Informe jurídico sobre la “Propiedad Industrial e Intelectual en la Industria Creativa y Cultural de Euskadi”, elaborada por Galbaian Intellectual Property. |
| P18_166_Anexo A INSTRUMENTOS PI v240419 | Anexo A, relativo a “Instrumentos jurídicos de Propiedad Industrial e Intelectual” del Informe jurídico sobre “Propiedad Industrial e Intelectual en la Industria Creativa y Cultural de Euskadi”, elaborada por Galbaian Intellectual Property. |
| P18_166_Anexo B Bibliografía v240419 | Anexo B, relativo a “Bibliografía y legislación” del Informe jurídico sobre “Propiedad Industrial e Intelectual en la Industria Creativa y Cultural de Euskadi”, elaborada por Galbaian Intellectual Property. |

Cabe mencionar que a lo largo del documento se irán realizando recomendaciones personalizadas y propuestas de manera visual, con el siguiente formato:

► Esto es un consejo o propuesta de mejora.

Normativa aplicable:

- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- Real Decreto 281/2003, de 7 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento del Registro General de la Propiedad Intelectual.

- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Real Decreto 687/2002, de 12 de julio, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes.
- Real Decreto 316/2017, de 31 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes.
- Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial.
- Real Decreto 1937/2004, de 27 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de ejecución de la Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial.
- Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.
- Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- Ley 1/2019, de 20 de febrero, de Secretos Empresariales.

I. Análisis del cumplimiento óptimo en materia de gestión de intangibles

A continuación, a efectos de materializar más adelante el objetivo del punto 3 del Informe, relativo a la comparativa entre el estado actual de las ICCs vascas y el cumplimiento óptimo en materia de gestión de intangibles, se detalla un resumen de los diferentes instrumentos que la Propiedad Intelectual e Industrial ofrecen en orden a una correcta protección de los activos intangibles y la adecuada gestión de sus derechos. La explicación comenzará con una tabla-resumen de los diferentes instrumentos jurídicos cuyo contenido será explicado en los epígrafes siguientes.

1.1.- Tabla-resumen de los instrumentos jurídicos de protección y gestión de intangibles

| Instrumento de PI | Acciones de protección y gestión | Utilización por subsector ⁵ | Ejemplos |
|--|--|---|--|
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de derechos de PI - Gestión derechos remuneratorios con EGC - Mecanismos de transmisión y trazabilidad de los derechos (aseguramiento cadena derechos) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artes escénicas ✓ Artes visuales ✓ Audiovisual ✓ Edición de medios impresos ✓ Música ✓ Patrimonio ✓ Arquitectura ✓ Artesanía ✓ Contenidos Digitales ✓ Diseño creativo ✓ Gastronomía ✓ Industrias de la lengua ✓ Publicidad y marketing ✓ Moda ✓ Videojuegos | Composición musical: se recomienda al autor inscribir sus obras, suscribir contrato de gestión, en su caso, con la EGC que corresponda, y asegurar la correcta trazabilidad de sus derechos de explotación al comercializarlos. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de derechos de PI - Gestión derechos remuneratorios con EGC - Mecanismos de transmisión y trazabilidad de los derechos (aseguramiento cadena derechos) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artes escénicas ✓ Artes visuales ✓ Audiovisual ✓ Edición de medios impresos ✓ Música ✓ Patrimonio ✓ Contenidos Digitales ✓ Industrias de la lengua ✓ Publicidad y marketing ✓ Videojuegos | Para la explotación de los derechos de una composición musical fijada o grabada en un disco, se gestionará la cadena de cesión de derechos, y ésta deberá ser perfecta en su contenido para asegurar a todas las partes el uso y la explotación pacífica de sus derechos respectivos: autor-artista intérprete o ejecutante- productora-discográfica-. |
| Bases de datos (Derecho sui generis) | <ul style="list-style-type: none"> - Inscripción de derechos de bases de datos - Mecanismos de transmisión y trazabilidad de los derechos (aseguramiento cadena derechos) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Audiovisual ✓ Edición de medios impresos ✓ Música ✓ Patrimonio ✓ Contenidos Digitales ✓ Videojuegos | Por ejemplo, una página web tipo blog o de contenidos audiovisuales que dispone contenido que es organizado sistemáticamente y presentado por la plataforma. |

⁵ Enumeración enunciativa

| Instrumento de PI | Acciones de protección y gestión | Utilización por subsector | Ejemplos |
|--|--|---|--|
| Marcas y nombres comerciales (Propiedad Industrial) | -Registro de los signos distintivos - Mantenimiento de los derechos PI | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artes escénicas ✓ Artes visuales ✓ Audiovisual ✓ Edición de medios impresos ✓ Música ✓ Patrimonio ✓ Arquitectura ✓ Artesanía ✓ Contenidos Digitales ✓ Diseño creativo ✓ Gastronomía ✓ Industrias de la lengua ✓ Publicidad y marketing ✓ Moda ✓ Videojuegos | Para distinguir servicios y productos del resto de empresas, debe registrarse el signo distintivo que se desee utilizar, hacerse un uso efectivo del mismo y, expirado el mismo, renovar el título y pagar las tasas, en su caso. |
| Patentes y modelos de utilidad (Propiedad Industrial) | -Obtención de derechos de PI - Mantenimiento de los derechos PI | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Audiovisual ✓ Música ✓ Arquitectura ✓ Contenidos Digitales ✓ Diseño creativo ✓ Gastronomía ✓ Industrias de la lengua ✓ Videojuegos | Para proteger una invención propia, debe solicitarse la concesión del título de patente o modelo de utilidad. De otorgarse, debe explotarse la invención y pagar las anualidades correspondientes. |
| Diseños industriales (Propiedad Industrial) | -Registro de los diseños industriales -Mantenimiento de los derechos de PI | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artesanía ✓ Contenidos Digitales ✓ Diseño creativo ✓ Gastronomía ✓ Industrias de la lengua ✓ Publicidad y marketing ✓ Moda ✓ Videojuegos | Una creación estética (por ejemplo un diseño de moda), puede registrarse como diseño industrial, incluso tras haber probado su éxito en el mercado (en el plazo de 12 meses desde la divulgación del diseño). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas (Propiedad Industrial) | - Registro del producto en relación a la indicación de procedencia (DOP o IG) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Patrimonio ✓ Gastronomía | Si se desea comercializar un producto de especial calidad y vinculación con una zona geográfica (Txakolí). |
| Derechos de imagen (otros derechos e instrumentos) | - Autorización de los titulares de los derechos de imagen - Respeto del derecho al honor y a la intimidad | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artes escénicas ✓ Artes visuales ✓ Audiovisual ✓ Edición de medios impresos ✓ Música | Para la utilización de la imagen de terceras personas, por ejemplo, en una fotografía, debe recabarse autorización para la utilización de su imagen y respetarse sus derechos fundamentales. |
| Secretos empresariales (otros derechos e instrumentos) | - Carácter secreto información - Medidas de seguridad (físicas y jurídicas) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Industrias de la lengua ✓ Publicidad y marketing ✓ Gastronomía ✓ Videojuegos | La información confidencial o el saber hacer tecnológico o mercantil pueden ser muy valiosos. Por ello deben adoptarse determinadas medidas para garantizar su protección legal. Por ejemplo, en gastronomía, una determinada técnica de tratado de alimentos o productos. |

1.2.- Derechos de propiedad intelectual

La propiedad intelectual se integra por derechos de carácter personal y patrimonial que atribuyen al/a la autor/a de una obra la plena disposición y el derecho exclusivo a su explotación. La propiedad intelectual comprende los derechos de autor y los derechos conexos, entre otros.

1.2.1.- Derechos de autor

i. Descripción del instrumento jurídico

Son objeto de la propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro.

Los derechos de autor le corresponden a su autor/a por el hecho de su creación; y se considera como tal a la **persona física**⁶ que **crea** la obra en cuestión⁷.

Por norma general⁸, los derechos de explotación de la obra durarán toda la vida del/de la autor/a y 70 años después de su muerte o declaración de fallecimiento. Los derechos morales tienen una duración indefinida, son intransmisibles e irrenunciables.

- Para que se dé protección por derechos de propiedad intelectual tiene que tratarse de i) **creaciones** ii) **originales** y iii) que hayan sido **expresadas**.

El contenido de los derechos de autor se divide en las siguientes dos categorías:

Derechos de contenido moral: el/la autor/a no puede renunciar a estos derechos, así como tampoco puede venderlos o cederlos. Se reconocen a favor del/de el/la autor/a desde origen, por el hecho de la creación y consisten en los siguientes derechos:

- **Divulgación**: derecho a decidir sobre la publicación y la forma.
- **Paternidad**: exigir el reconocimiento de su condición de autor/a de la obra.
- **Integridad**: respeto a la integridad de la obra; impedir cualquier alteración o atentado contra ella que suponga perjuicio a sus legítimos intereses o menoscabo a su reputación⁹.
- **Retirada**: retirar la obra del mercado.
- **Modificación**: modificar la obra respetando derechos de terceros y el interés cultural.

- Cualquier acto de explotación sobre una obra debe respetar el contenido de los derechos morales de su autor/a; y, en particular, los derechos de paternidad y de integridad de la obra.

Derechos de explotación: son derechos que le corresponden al/a la autor/a de forma exclusiva, en su condición de tal. Son derechos de contenido patrimonial porque a través de ellos el/la autor/a puede obtener beneficios económicos. Los derechos más importantes son:

- **Derecho de reproducción**: **fijación** por cualquier medio y en cualquier forma de toda la obra o de parte de ella, que **permita su comunicación** o la obtención de copias.

⁶ Puede ser autor una persona jurídica, para el caso de las creaciones relativas a programas de ordenador.

⁷ La autoría puede ser compartida y, según el grado y el carácter de la participación, en colaboración o colectiva.

⁸ La duración y el cómputo puede variar para el caso de obras en colaboración y colectivas, obras póstumas, seudónimas y anónimas, y para las obras publicadas por partes.

⁹ Sin perjuicio del derecho (de carácter patrimonial) de transformación de la obra.

- **Derecho de distribución: puesta a disposición** del público del original o de las copias de la obra, en un **soporte tangible**, mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma¹⁰.
- **Derecho de comunicación pública:** todo acto por el cual una **pluralidad de personas**¹¹ pueda tener **acceso** a la obra **sin previa distribución de ejemplares** a cada una de ellas¹².
- **Transformación:** modificaciones en la forma, de manera que se derive una obra diferente (obra derivada).

► Para la realización de cualesquiera de los anteriores actos, es necesaria la autorización del/de la titular de los derechos.

Derechos de simple remuneración: se trata de cantidades dinerarias reconocidas a favor del titular por diferentes conceptos.

Límites y dominio público: hay ocasiones en las que no es necesario el consentimiento del titular:

- **Actos que no necesitan autorización del titular, pero sí ocasionan el pago de derechos remuneratorios como los actos realizados por agregadores de contenido o la comunicación pública de obras a través de terminales especializados.**
- **Actos que no necesitan ni autorización del titular, ni el pago de derechos remuneratorios como la realización de parodias o las reproducciones provisionales.**
- Por otro lado, la extinción de los derechos de explotación de las obras determinará su paso al **dominio público**, es decir, pertenecen a la sociedad en general.

ii. Acciones de gestión y protección de los derechos de autor

Para una correcta gestión, es imprescindible garantizar la trazabilidad de los derechos de autor para así proteger a todos los sujetos intervinientes en las distintas fases de explotación. Las acciones y cuestiones principales a considerar son:

Inscripción de derechos de propiedad intelectual

Naturaleza del registro: es un acto voluntario, declarativo, y no constitutivo de derechos. Sin embargo, la inscripción constituye **prueba cualificada** de la existencia de los derechos inscritos.

Objeto y efectos: pueden ser objeto de inscripción tanto **derechos adquiridos a título originario**¹³ como **derivativo**¹⁴. Los efectos se computan desde la fecha de recepción de la solicitud y tiene efectos en todo el Estado.

¹⁰ Hay que tener presente la figura del agotamiento del derecho de distribución, que consiste en que el titular de derechos ve extinguido su derecho a prohibir respecto de los actos de venta realizados por el usuario con posterioridad en relación con el original o las copias de la obra comercializadas por primera vez por el autor o por un tercero con su consentimiento.

¹¹ No todo acto de comunicación y puesta a disposición del público requiere de autorización de los titulares. Tal es el caso cuando con el acto de comunicación no se dé acceso a un público nuevo, tal y como ha reseñado el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE).

¹² Los actos de comunicación pública más representativos son las representaciones escénicas de las obras dramáticas, literarias y musicales, la proyección de las obras cinematográficas y de las demás audiovisuales, la puesta a disposición del público de obras, por procedimientos alámbricos o inalámbricos, de tal forma que cualquier persona pueda acceder a ellas desde el lugar y en el momento que elija, la radiodifusión o comunicación al público vía satélite, la transmisión de cualesquiera obras al público por hilo, cable, fibra óptica u otro procedimiento análogo, sea o no mediante abono.

¹³ Le corresponden al / a la autora por su creación.

¹⁴ A consecuencia de cualesquiera actos de constitución, transmisión, modificación o extinción de derechos.

Organización del Registro General de la Propiedad Intelectual: es único en todo el territorio nacional y está integrado por los Registros Territoriales y el Registro Central.

- **Registro Territorial de Euskadi**: Vitoria-Gasteiz¹⁵.
- **Oficinas dependientes**: Gipuzkoa¹⁶ y Bizkaia¹⁷.

Solicitud: se admite también la presentación por vía telemática, mediante firma electrónica reconocida, y lleva aparejada el pago de tasas.

- ▶ A pesar de su no obligatoriedad, se recomienda la inscripción de los derechos, pues es un acto que genera prueba cualificada y presunción de autoría.
- ▶ Las solicitudes de inscripción de derechos se presentarán directamente en los Registros Territoriales u Oficina del Registro en cada provincia.

Gestión de derechos remuneratorios

Se recomienda la coordinación con la Entidad de Gestión Colectiva (EGC) que corresponda, que, en nombre propio o ajeno, se dedican a la gestión y administración de derechos remuneratorios de sus legítimos titulares. La entidad puede gestionar derechos en dos situaciones:

- **Gestión colectiva obligatoria**: recaudan, por mandato legal, los derechos de naturaleza compensatoria (compensación por copia privada, remuneración de autores audiovisuales por alquiler y por exhibición en lugares públicos, entre otros).
- **Gestión colectiva voluntaria**: debe suscribirse un contrato de gestión con la EGC de que se trate, en el que se da consentimiento para la gestión y recaudación (para su posterior reparto) para cada derecho, categoría de derechos o tipo de obra o prestación cuya gestión encomienda a la entidad, especificándose el territorio concreto.
- **Las EGC de derechos de autor más representativas son**:
 - Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).
 - Entidad de Gestión de Artistas Plásticos (VEGAP).
 - Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO).
 - Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA).

Transmisión y trazabilidad de los derechos

Este punto es imprescindible para asegurar la explotación económica de la obra de forma pacífica. Los derechos de explotación pueden ser transmitidos (incluso por la vía hereditaria). Las principales cuestiones que afectan a la transmisión son¹⁸:

- Nunca habrá una desvinculación absoluta de la obra (recordemos que los derechos morales subsisten).
- Requisitos de forma: la cesión tendrá que hacerse por escrito.
- La cesión debe delimitar los siguientes elementos: el **temporal**, el **territorial**, el referente a las **modalidades de uso**, y el derecho o **derechos** cedidos, entre otros.

¹⁵ Calle Donostia-San Sebastián, 1, 01010; Teléfono: 94 501 68 48; correo electrónico: rpi-euskadi@euskadi.eus

¹⁶ Calle Andia, 13, 20004 - San Sebastián; Teléfono: 94 302 29 62.

¹⁷ Calle Gran Vía, 85 48011- Bilbao; Teléfono: 94 403 16 50.

¹⁸ Sin perjuicio de que existen presunciones, límites, y **requisitos específicos** para casos particulares, como la obra audiovisual y los **contratos de edición**.

- Presunciones de la cesión, a falta de mención¹⁹:
 - Del tiempo: limita la transmisión a 5 años.
 - Del territorio: la limita al país en el que se realice la cesión.
 - Modalidades de explotación: la cesión se limitará a aquella que se deduzca necesariamente del propio contrato y sea indispensable para cumplir la finalidad del mismo (además, no es válida “la cesión global” de derechos).
 - Por regla general²⁰, si no se indica nada, la cesión se presume no exclusiva, es decir, los derechos pueden cederse también a otros terceros.
- Límites a la cesión:
 - No está permitida la cesión de derechos de explotación respecto del conjunto de las obras que pueda crear el/la autor/a en el futuro (nulidad de la cláusula).
 - No se permiten las estipulaciones por las que el/la autor/a se comprometa a no crear alguna obra en el futuro (nulidad de la cláusula).
 - La transmisión de los derechos de explotación no alcanza a las modalidades de utilización o medios de difusión inexistentes o desconocidos al tiempo de la cesión.
- La cesión puede ser **exclusiva** o **no exclusiva**:
 - Exclusiva: se puede explotar la obra con exclusión de otra persona, incluido el propio cedente, y confiere legitimación para perseguir violaciones que le afecten. Además, la persona a la que se le han cedido los derechos está obligada a poner todos los medios necesarios para la efectividad de la explotación concedida.
- Contraprestación: dependiendo del caso, la remuneración será proporcional a los beneficios de la explotación o a tanto alzado (p.e., en caso de dificultad grave en la determinación de los ingresos). No obstante, se permite la cesión a título gratuito.

► Es imprescindible el cumplimiento de las normas de transmisión para asegurar la **cadena de derechos de cesión**: desde el/la autor/a, al editor/a, al productor, y al distribuidor.

1.2.2.- Derechos conexos (otros derechos de propiedad intelectual)

Son derechos independientes, compatibles y acumulables con los anteriores²¹ y no están sujetos al requisito de la originalidad. Se reconocen a favor de sujetos que realizan otro tipo de funciones o ejecuciones, según se verá a continuación.

i. Descripción de los instrumentos jurídicos

Derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes

El/la artista intérprete o ejecutante es la persona que representa, canta, lee, recita, interpreta o ejecuta en cualquier forma una obra. Director/a de escena y director/a de orquesta tendrán los derechos reconocidos a este tipo de sujetos.

¹⁹ Especialidades: presunción de cesión en el caso de la autor/a asalariado/a y conservación por el/ la autor/a del derecho de explotación en el caso de publicaciones periódicas, entre otras.

²⁰ Excepciones para el caso de autores asalariados, obras audiovisuales, creaciones publicitarias, etc.

²¹ Por ejemplo: para poder utilizar un fonograma, hay que liberar tanto los derechos de autor de la obra, como los de la interpretación de la misma, como los del fonograma en el que se encuentre fijada.

Contenido de los derechos:

- **Derechos de explotación respecto de las actuaciones:** fijación, reproducción, comunicación pública²², puesta a disposición²³, y derecho de distribución²⁴.
- **Derechos morales:** reconocimiento de su nombre, derecho a oponerse a deformaciones, derecho de autorización para doblaje en su propia lengua.
- **Derechos de simple remuneración:** compensación equitativa por copia privada, puesta a disposición al público y comunicación pública, retransmisión, alquiler, entre otros.
- **Duración:** 50 - 70 años.

Derechos de productores de fonogramas

Un fonograma es toda fijación exclusivamente sonora de la ejecución de una obra o de otros sonidos. Un/a productor/a de un fonograma es la persona natural o jurídica bajo cuya iniciativa y responsabilidad se realiza por **primera vez** la mencionada fijación (normalmente, productoras discográficas).

El resumen de sus derechos es el siguiente:

- **Derechos de explotación sobre el fonograma:** reproducción, puesta a disposición, comunicación pública realizada vía satélite o por cable, distribución.
- **Derechos de simple remuneración:** compensación equitativa por copia privada, remuneración por comunicación pública. Duración: 50 - 70 años.

Derechos de los productores de las grabaciones audiovisuales

Las grabaciones audiovisuales son las fijaciones de un plano o secuencia de imágenes, con o sin sonido, sean o no obras audiovisuales (una película o un programa de televisión). Se considera productor de una grabación audiovisual a la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de dicha grabación audiovisual.

El resumen de sus derechos es el siguiente:

- **Derechos de explotación sobre la grabación audiovisual:** reproducción, comunicación pública, distribución, explotación de las fotografías que fueren realizadas en el proceso de producción de la grabación audiovisual.
- **Derechos de simple remuneración:** retransmisión de grabaciones radiodifundidas y emisión o transmisión, en lugar accesible al público, mediante cualquier instrumento idóneo, de la obra radiodifundida.
- **Duración:** 50 años.
- Si la grabación audiovisual constituye una obra, existe una doble protección (de la obra y de la grabación).

Derechos de las entidades de radiodifusión

Son entidades de radiodifusión, por ejemplo, la radio o la televisión. El objeto de protección son las emisiones o transmisiones. El resumen de sus derechos es el siguiente:

²² Salvo cuando dicha actuación constituya en sí una actuación transmitida por radiodifusión o se realice a partir de una fijación previamente autorizada.

²³ Atención: presunción de cesión a favor del productor del fonograma.

²⁴ Atención: presunción de cesión de sus derechos de alquiler de actuaciones fijadas en grabaciones audiovisuales a favor del productor.

- **Derechos de explotación (respecto de emisiones o transmisiones):** fijación, reproducción, puesta a disposición, comunicación pública (condicionada a requisitos específicos), y distribución.
- **Duración:** 50 años.

Derechos de las meras fotografías

La “mera fotografía” es cualquier fijación o reproducción de imagen, mediante el procedimiento fotográfico u otro análogo, que carece de originalidad (es decir, no cumple los requisitos de la obra fotográfica). El titular de los derechos será el/la fotógrafo/a o realizador/a. El resumen de sus derechos serían los siguientes:

- **Derechos de explotación:** reproducción, distribución y comunicación pública (no se prevé el derecho de transformación).
- **Duración:** 25 años.

Derechos de las obras inéditas en dominio público y obras no protegidas

Toda persona que publique lícitamente una obra inédita que esté en dominio público tendrá sobre ella los mismos derechos de explotación que hubieran correspondido a su autor./a Duración: 25 años.

Del mismo modo, los editores de obras no protegidas por la ley, gozarán del derecho exclusivo de autorizar la reproducción, distribución y comunicación pública de dichas ediciones siempre que puedan ser individualizadas por su composición tipográfica, presentación y demás características editoriales. Duración: 25 años.

ii. Acciones de gestión y protección de los derechos conexos

Inscripción de derechos de propiedad intelectual

En los mismos términos antedichos, se recomienda la inscripción de los derechos conexos.

Gestión de derechos remuneratorios

En los mismos términos antedichos, se recomienda la coordinación con la EGC que corresponda.

- Gestión colectiva obligatoria (artistas: por comunicación pública, puesta a disposición y alquiler; productores: comunicación pública).
- Gestión colectiva voluntaria: debe **suscribirse un contrato de gestión** con la EGC de que se trate.
- Las EGC más representativas son:
 - Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión de España (AIE).
 - Artistas Intérpretes, Sociedad de Gestión (AISGE).
 - Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales (AGEDI) y Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Sociedad de Gestión de España (AIE). Gestión conjunta fonogramas.
 - Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA).

Transmisión y trazabilidad de los derechos

Artistas intérpretes y ejecutantes

Estos derechos también pueden transmitirse. Las principales reglas que afectan a la transmisión son:

- Inexistencia de desvinculación absoluta de la obra (derechos morales).
- Formalidades: la autorización para fijar, reproducir, comunicar y distribuir sus actuaciones debe otorgarse por escrito.
- La cesión debe delimitar de forma clara y detallada los máximos aspectos posibles.
- Presunciones de cesión²⁵:
 - En el marco de un contrato de trabajo o de arrendamiento de servicios: salvo pacto en contrario, el/la empresario/a o el/la arrendatario/a adquiere los derechos exclusivos de reproducción y la comunicación pública.
 - En el marco de un contrato de producción de grabación audiovisual: salvo pacto en contrario, se presumen transferidos los derechos de alquiler.
 - En el marco de un contrato de producción de fonogramas: se presumirá que, salvo pacto en contrario, se ha transferido su derecho de puesta a disposición del público.

Productores de fonogramas

Las principales reglas que afectan a la transmisión son:

- Relación con artistas e intérpretes: los derechos de éstos a favor de los/las productores/as se obtienen mediante la suscripción de un contrato de producción.
- Autorización del/ de la autor/a: la incorporación de la obra al fonograma se suele materializar mediante licencia no exclusiva.
- La cesión debe delimitar de forma clara y detallada los máximos aspectos posibles.
- Presunciones de cesión²⁶:
 - En el marco de un contrato de producción de fonogramas: se presumirá que, salvo pacto en contrario, el/la artista o intérprete ejecutante le ha transferido su derecho de puesta a disposición del público.

Grabaciones audiovisuales

Las principales reglas que deben tenerse en cuenta al momento de la transmisión son:

- Artistas e intérpretes: la cesión de sus derechos en favor de los productores se obtienen mediante la suscripción de un contrato de producción.
- Autorización del/de la autor/a: la incorporación de la obra al fonograma se suele materializar mediante licencia exclusiva (para poder explotar la obra, por su carácter indisoluble respecto de la grabación).
- Presunción de cesión de derechos:
 - En el marco de un contrato de producción, de presume transferido el derecho de alquiler.
 - Contrato de producción de obra audiovisual: se presumirán cedidos en exclusiva al productor los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública, así como los de doblaje o subtítulo de la obra.
 - Mediante el contrato de transformación de una obra preexistente que no esté en el dominio público, se presumirá que el/la autor/a de la misma cede al productor de la obra audiovisual los derechos de explotación sobre ella.

²⁵ No aplica, en ninguno de los tres casos, a los derechos irrenunciables de remuneración equitativa (puesta a disposición, alquiler y comunicación pública).

²⁶ No aplica a los derechos irrenunciables de remuneración equitativa (puesta a disposición, alquiler y comunicación pública).

1.3. Derecho "sui generis" sobre las bases de datos

i. Descripción del instrumento jurídico

Se consideran bases de datos las colecciones de obras, de datos, o de otros elementos independientes dispuestos de manera sistemática o metódica y accesibles individualmente por medios electrónicos o de otra forma. Las bases de datos gozan de una doble protección que puede operar de manera acumulativa:

- Derecho de autor: las bases de datos que por la selección o disposición de su contenido constituyan una creación intelectual de su autor, estarán protegidas por los derechos de autor.
- Derecho *sui generis*: el/la fabricante de una base de datos puede prohibir la extracción²⁷ y/o reutilización de la totalidad o de una parte de su contenido, evaluada cualitativa o cuantitativamente, siempre que la obtención, la verificación o la presentación de dicho contenido representen una importante inversión desde el punto de vista cuantitativo o cualitativo. Este derecho podrá transferirse, cederse o darse en licencia contractual y nacerá en el mismo momento en que se dé por finalizado el proceso de fabricación de la base de datos, expirando 15 años después del 1 de enero del año siguiente a la fecha en que haya terminado dicho proceso.

ii. Acciones de gestión y protección de los derechos sobre las bases de datos

Inscripción de derechos de propiedad intelectual

En los mismos términos referidos, se recomienda la inscripción de los derechos sobre las bases de datos.

Transmisión y trazabilidad de los derechos

Debe asegurarse la correcta cadena de cesión de derechos y tener presente la posibilidad de su doble protección (derechos de autor y derecho *sui generis* de bases de datos). La transmisión es independiente de la posibilidad de que dicha base de datos o de que su contenido estén protegidos por derechos de autor.

1.4.- Derechos de propiedad industrial

Los derechos de propiedad industrial otorgan a sus titulares el derecho en exclusiva de su explotación, recaen sobre bienes inmateriales e impiden a otros la explotación de los mismos (derechos exclusivos y excluyentes).

1.4.1. Signos distintivos: marca

i. Descripción del instrumento jurídico

Qué es: la marca es un signo que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como para identificar su origen empresarial. Puede incluso ser un indicador de calidad y un medio de promoción de ventas.

Legitimación: podrán obtener el registro de marcas las personas físicas o jurídicas, incluidas las entidades de derecho público.

²⁷ Este derecho encuentra sus límites: extracción para fines privados del contenido de una base de datos no electrónica, extracción con fines ilustrativos de enseñanza o de investigación científica, o extracción y/o reutilización para fines de seguridad pública o a efectos de un procedimiento administrativo o judicial.

Tipos: podrán constituir marcas todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos. Además, las marcas pueden ser colectivas²⁸ y de garantía²⁹.

Derechos conferidos. Se manifiestan en dos vertientes:

- **Positiva**: derecho de uso. El registro de una marca conferirá a su titular un derecho exclusivo sobre la misma.
- **Negativa**: derecho de prohibir el uso por terceros.

Límites: los derechos conferidos no son absolutos, sino que encuentran determinados límites en virtud de los cuales el titular no puede impedir determinados actos por terceros (uso por persona física de su nombre o dirección, reproducción de la marca en diccionarios, indicaciones descriptivas, agotamiento del derecho de marca³⁰, obligación de uso, causas de nulidad y caducidad, entre otros).

Duración: tanto la marca nacional como la europea tienen una validez de 10 años y pueden renovarse indefinidamente por períodos de 10 años.

Sistemas de protección: cabe la siguiente distinción, en función del territorio de protección de la marca:

- **Marca nacional**: los efectos del registro de la marca son el otorgamiento a favor de su titular de un derecho exclusivo a usarla en el mercado español.
- **Marca de la Unión Europea**: los efectos del registro de la marca son el otorgamiento a favor de su titular de un derecho exclusivo a usarla en todos los Estados Miembros (EEMM), actuales y futuros, de la Unión Europea (UE).
- **Marca internacional**: los efectos del registro de la marca son el otorgamiento a favor de su titular de un derecho exclusivo a usarla en todos los países designados (adheridos al Sistema de Madrid³¹) que hayan concedido la marca.

1.4.2.- Signos distintivos: nombre comercial

i. Descripción del instrumento jurídico

Qué es: es todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. Podrán obtener el registro de nombres comerciales las personas físicas o jurídicas, incluidas las entidades de derecho público.

Tipos: nombres patronímicos, razones sociales y denominaciones de las personas jurídicas, denominaciones de fantasía, denominaciones alusivas al objeto de la actividad empresarial, anagramas y logotipos, imágenes, figuras y dibujos, entre otros.

Régimen de aplicación: serán de aplicación al nombre comercial, en la medida en que no sean incompatibles con su propia naturaleza, las normas de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

²⁸ Sirven para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación titular de la marca de los productos o servicios de otras empresas.

²⁹ Sirven para distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica respecto de los materiales, el modo de fabricación de los productos o de prestación de los servicios, el origen geográfico, la calidad, la precisión u otras características de los productos y servicios que no posean esa certificación.

³⁰ El derecho conferido por el registro de marca no permitirá a su titular prohibir a terceros el uso de la misma para productos comercializados en el Espacio Económico Europeo con dicha marca por el titular o con su consentimiento. Esto es, el titular de la marca no puede oponerse a la ulterior comercialización de los productos que han sido introducidos por él o con su consentimiento en el mercado.

³¹ Instrumento internacional que regula este tipo de marcas.

ii. Acciones de gestión y protección de los signos distintivos

Registro de los signos distintivos

Naturaleza del registro: es un acto voluntario constitutivo de derechos (el derecho exclusivo sobre la marca nace solo del registro válidamente efectuado).

Objeto y efectos: pueden ser objeto de inscripción tanto derechos adquiridos a título originario como derivativo.

Organización de los Órganos y solicitudes:

- Marca nacional: sede electrónica de la OEPM³²; o, presencialmente en la OEPM o en los Centros Regionales de información de propiedad industrial de las distintas Comunidades Autónomas³³, o a través de oficinas de Correos.
- Marca Comunitaria Europea: EUIPO³⁴, a través de presentación telemática, correo postal o servicio de mensajería especial.
- Marca Internacional: para poder presentar una solicitud internacional, el solicitante debe haber registrado previamente su marca - o presentado una solicitud de registro - ante su oficina de propiedad de origen. El órgano de presentación en España es la OEPM, que remitirá la solicitud a la OMPI³⁵.

Las solicitudes llevan aparejado el pago de tasas.

Mantenimiento de derechos de propiedad industrial

Los derechos sobre signos distintivos necesitan de acciones de mantenimiento:

- El signo debe ser usado.
- Trámites de renovación del título y pago de tasas.
- Vigilancia de las solicitudes de inscripción de marcas o nombres comerciales de terceros, en orden a considerar la oposición a registros que puedan confundirse con nuestros signos.

1.4.3.- Patentes y modelos de utilidad

i. Descripción del instrumento jurídico

Estas figuras son la forma de protección de las invenciones (creaciones del obrar humano en el campo de la tecnología). Existen dos principales mecanismos de protección de las invenciones: las patentes y los modelos de utilidad.

Son patentables, en todos los campos de la tecnología, las invenciones que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial.

Son protegibles como modelo de utilidad las invenciones industrialmente aplicables que, siendo nuevas e implicando actividad inventiva, consisten en dar a un objeto o producto una configuración, estructura o composición de la que resulte alguna ventaja prácticamente apreciable para su uso o fabricación.

Los requisitos de una y otra figura son similares, pero en el caso de los modelos de utilidad son menos exigentes.

³² Oficina Española de Patentes y Marcas. Este sistema de presentación electrónica conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%.

³³ Oficinas de la Propiedad Industrial en Euskadi: disponibles en este [enlace](#).

³⁴ Oficina Europea de la Propiedad Intelectual en Alicante (EUIPO, en sus siglas en inglés).

³⁵ Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual.

Duración: 10 años para modelos de utilidad y 20 años para el caso de patentes. Ambos improrrogables.

Derechos conferidos: se manifiestan en dos vertientes:

- Positiva: derecho de exclusivo de explotación de la invención.
- Negativa: derecho de prohibición a terceros en relación a actos de explotación directa o indirecta de la invención (fabricación, el ofrecimiento para la venta, la introducción en el comercio, utilización del procedimiento, etc).

Límites: en virtud de ellos el titular no puede impedir la realización de determinados actos por terceros (actos realizados en un ámbito privado y con fines no comerciales, actos realizados con fines experimentales, estudios y ensayos, agotamiento del derecho de patente entre otros, obligación de explotación, causas de nulidad y caducidad).

Sistemas: Asimismo, cabe la siguiente distinción, en función del sistema de registro y concesión de la patente:

- Patente nacional: los efectos del registro solo se despliegan en España.
- Patente europea: no despliega sus efectos con carácter unitario en todo el territorio de la UE (a diferencia de la marca europea); sino que deben elegirse los países donde tendrá efecto y los mismos aplicarán su ley nacional a la hora de la concesión.
- Patente internacional: los efectos de la concesión serán en todos los países designados (adheridos al sistema PCT ³⁶) que hayan concedido la patente.

ii. Acciones de gestión y protección

Obtención de derechos de propiedad industrial

Naturaleza del título: es un acto voluntario constitutivo de derechos.

Objeto y efectos: pueden ser objeto de inscripción tanto derechos adquiridos a título originario como derivativo.

Organización de los Órganos y solicitudes:

- Patente nacional: el órgano de concesión es la OEPM.
- Patente Europea: una única solicitud en la Oficina Europea de Patentes (EPO). También puede presentarse en la OEPM.
- Patente Internacional: una única solicitud ante la OEPM, que actúa de oficina receptora de las solicitudes PCT cuyos titulares sean españoles o con residencia en España.

Las solicitudes pueden presentarse de forma telemática y llevan aparejado el pago de tasas.

Mantenimiento de derechos de propiedad industrial

El título de patente o el modelo de utilidad conlleva la obligación de:

- Explotar la invención o el modelo de utilidad.
- Pago de anualidades.
- Vigilancia de solicitudes de patentes por terceros, en orden a considerar la oposición de la concesión.

³⁶ *Patent Cooperation Treaty.*

1.4.4.- Diseños industriales

i. Descripción del instrumento jurídico

Objeto de protección:

- Diseño: la apariencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación.
- Producto: todo artículo industrial o artesanal, incluidas, entre otras cosas, las piezas destinadas a su montaje en un producto complejo, el embalaje, la presentación, los símbolos gráficos y los caracteres tipográficos, con exclusión de los programas informáticos.
- Producto complejo: un producto constituido por múltiples componentes reemplazables que permiten desmontar y volver a montar el producto.

Tipos:

- Diseño nacional: otorga derechos de exclusiva en España. Los diseños deben ser nuevos y poseer carácter singular.
 - Duración: 5 años, renovables hasta un máximo de 25.
- Diseño comunitario: otorga derechos unitarios en todos los EEMM de la UE. Los diseños deben ser nuevos y poseer carácter singular.
 - Duración: 5 años, renovables hasta un máximo de 25.
- Diseño comunitario no registrado: puede otorgar derechos de exclusiva. Los diseños deben cumplir con los requisitos de novedad (esto es, no se ha hecho público ningún diseño idéntico antes de que se haya hecho público por primera vez), carácter singular (la impresión general difiere de la producida por otro que ya se ha hecho público) y divulgación (hacerlo público en el tráfico normal).
 - Duración: 3 años desde su divulgación.
 - Período de gracia: el titular dispone de 12 meses desde la divulgación para decidir si desea registrarlo o no, y, en caso afirmativo, qué tipo de registro solicita.
 - Si no solicita el diseño, aun dispone de 24 meses más para beneficiarse de la protección del diseño comunitario no registrado.
 - Ámbito de protección: la protección es frente a la copia (menor ámbito de protección que respecto del diseño registrado).

ii. Acciones de gestión y protección de los diseños industriales

Registro de los diseños industriales

Naturaleza del registro: es un acto voluntario constitutivo de derechos.

Objeto y efectos: pueden ser objeto de inscripción tanto derechos adquiridos a título originario como derivativo.

Organización de los Órganos y solicitudes:

- Diseño nacional: sede electrónica de la OEPM³⁷; o, presencialmente en la OEPM o en los Centros Regionales de información de propiedad industrial de las distintas Comunidades Autónomas³⁸, o a través de oficinas de Correos.

³⁷ Este sistema de presentación electrónica conlleva una reducción de las tasas de solicitud del 15%.

³⁸ Oficinas de la Propiedad Industrial en Euskadi: disponibles en este [enlace](#).

- Diseño Comunitario: EUIPO, a través de presentación telemática, correo postal o servicio de mensajería especial.

Las solicitudes pueden presentarse de forma telemática y llevan aparejado el pago de tasas.

Mantenimiento de derechos de propiedad industrial

La titularidad de derechos sobre los diseños necesitan de acciones de mantenimiento:

- Trámites de renovación y pago de tasas.
- Vigilancia de la inscripción de diseños solicitados por terceros, en orden a considerar la oposición al registro.

► La figura del diseño comunitario no registrado es muy interesante para sectores como el de la moda. El fundamento de esta figura es la posibilidad que se le otorga al diseñador de probar el éxito del producto en el mercado, de manera que se ofrece una protección adaptada a la vida comercial de los diseños. Así, el titular puede testar la rentabilidad del producto, sus posibilidades de exportación, su aceptación por los consumidores, etc.

1.4.5.- Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas

i. Descripción del instrumento jurídico

Denominaciones de Origen Protegidas (DOP): nombre geográfico (de una región, de un lugar determinado o de un país), que sirve para designar un producto originario del territorio al que corresponde ese nombre, y cuya calidad o características son debidas fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales o humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realizan en la zona geográfica delimitada.

Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP): nombre geográfico que sirve para designar un producto originario del territorio al que corresponde ese nombre, que posee una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a tal origen geográfico, y cuya producción o transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

Modalidades de signos protegibles: i) relativas a productos vinícolas; ii) IGP de bebidas espirituosas, iii) IGP de vinos aromatizados, de bebidas aromatizadas a base de vino y de cócteles aromatizados de productos vinícolas; y iv) DPO e IGP de otros productos de origen agrario o alimentario.

Los nombres geográficos amparados no pueden ser objeto de apropiación individual, venta o enajenación o gravamen y no podrán utilizarse para la designación de otros productos comparables no amparados. La protección se extenderá desde la producción a todas las fases de comercialización, a la presentación, a la publicidad, al etiquetado y a los documentos comerciales de los productos afectados.

ii. Acciones de gestión y protección

Solicitud de registro en relación al producto y el indicador geográfico. Se presentará ante la Autoridad competente, que luego la trasladará a la Comisión Europea. La solicitud lleva aparejada el pago de tasas y suele realizarse por grupo de operadores, que deben acreditar vinculación profesional, económica y territorial con los productos.

1.5.- Otros derechos e instrumentos

En la categoría de otros derechos que no se integran estrictamente en la rama de los derechos de Propiedad Intelectual, pero que sin embargo tienen relevancia en su concepción y uso como

herramienta de gestión de los activos intangibles de las ICCs, deben considerarse necesaria y principalmente el secreto empresarial y los derechos a la propia imagen.

1.5.1.- Derecho a la propia imagen

Consiste en el derecho fundamental de la persona a, entre otros, limitar o impedir la captación, reproducción o publicación por fotografía, filme, o cualquier otro procedimiento, de la imagen de una persona.

- ▶ Si van a captarse y utilizarse derechos de imagen de una tercera persona, debe recabarse la autorización o consentimiento de la misma para los fines que se le vayan a dar a la referida imagen, y deben respetarse siempre los derechos fundamentales.

1.5.2.- Secretos empresariales

i. Concepto de secreto

Se considera secreto empresarial cualquier información o conocimiento, incluido el **tecnológico, científico, industrial, comercial, organizativo o financiero**, que reúna las siguientes condiciones:

- La información debe ser secreta (no generalmente conocida, o fácilmente accesible)³⁹.
- Tener un valor empresarial (valor competitivo), ya sea real o potencial, precisamente por ser secreta; y
- Haber sido objeto de medidas razonables por parte de su titular para mantenerlo en secreto. Puede tratarse de medidas físicas apropiadas y razonables (barreras tecnológicas, elementos de seguridad, et.). también pueden ser medidas jurídicas (cláusulas de confidencialidad, pactos de no competencia, etc.)
- Se excluye del carácter de secreto: de las habilidades, capacidades y conocimientos adquiridos como consecuencia del desempeño de trabajos con especial relevancia, y que permanecen retenidos en la memoria del sujeto de que se trate.

ii. Titularidad y modalidades

El titular del secreto empresarial es cualquier persona física o jurídica que legítimamente ejerza el control sobre el mismo.

La protección se extiende frente a cualquier modalidad de obtención, utilización o revelación de la información constitutiva de aquél que resulte ilícita o tenga un origen ilícito con arreglo a lo previsto en la ley.

iii. Contenido de los derechos y otras cuestiones

Protege frente al expolio injustificado, y en particular frente a los actos de violación consistentes en la obtención ilícita sin el consentimiento del titular, la utilización, la divulgación que permita su posterior utilización, o la explotación, sea cual sea su finalidad, de un secreto empresarial.

El secreto empresarial se considera un activo intangible, susceptible de transmisión o licencia, y sobre el que pueden ser titular varios sujetos.

Su protección es complementaria con otros derechos de propiedad industrial o intelectual.

³⁹ La información pública complejamente interrelacionada puede ser considerada secreta.

- ▶ El secreto empresarial puede constituir el corazón de un negocio, sea del ámbito que sea, de una tecnología o incluso de un arte, y con ello se convierte en un gran valor para su titular. Una adecuada protección, y en especial una adecuada política de implantación de medidas de seguridad, entre otras, resulta imprescindible para mantener el carácter de secreto y su valor económico.

II. Análisis del estado actual de las Industrias Culturales y Creativas vascas

Las ICCs ocupan un papel fundamental en el tejido empresarial y productivo vascos. No en vano, según datos del Observatorio Vasco de la Cultura, obtenidos del Directorio de Actividades Económicas, en el año 2018 se contabilizaron un total de 15.441 empresas vinculadas a las ICCs, constituyendo un 10,12% del total de empresas registradas en Euskadi⁴⁰. Asimismo, se estima que las ICCs generan unos 45.365 puestos de trabajo. Pero, además, se trata de un sector en alza que se incardina dentro de la Estrategia de Especialización Inteligente (RIS3), encaminada a la concentración de recursos humanos y financieros de I+D+i y caracterizada por la colaboración público / privada.

Como ya se ha mencionado *supra*, las ICCs en Euskadi se han venido caracterizando, por mor del Observatorio Vasco de la Cultura, en dos sectores (Sectores Culturales y Sectores Creativos), que agrupan un total de 15 subsectores distribuidos de la siguiente forma:

a. Sectores Culturales. Comprende los siguientes Subsectores Culturales:

- Artes visuales.
- Artes escénicas.
- Audiovisual.
- Edición y medios impresos.
- Música.
- Patrimonio, museos, archivos y bibliotecas.

b. Sectores Creativos. Comprende los siguientes Subsectores Creativos:



- Arquitectura.
- Artesanía.
- Contenidos digitales.
- Diseño.
- Gastronomía.
- Industrias de la lengua.
- Moda.
- Publicidad y marketing.
- Videojuegos.

Así pues, tomándose como punto de partida dicha clasificación, a continuación se procede a realizar un somero análisis del actual tejido industrial y empresarial de las ICCs en Euskadi en lo que se refiere a la gestión de activos intangibles (propiedad intelectual y propiedad industrial) con base a la documentación e información aportada a esta Firma. Este análisis debe servir para identificar cuáles son las principales necesidades de las ICCs en materia de PI, a fin de comparar su grado de

⁴⁰ Fuente: Observatorio Vasco de la Cultura y Departamento de Cultura y Política Lingüística del Gobierno Vasco (<https://www.euskadi.eus/web01-a1kulind/es/>).

cumplimiento y conformidad con la normativa vigente y, por último, definir los objetivos y prioridades en lo que a esta materia se refiere en el seno del Proyecto Basque DCC.

Para ello, se empleará la siguiente tabla en aras a constatar los principales instrumentos de PI que cada uno de los subsectores analizados suelen utilizar⁴¹, así como un ejemplo propio del mismo:

| NOMBRE DEL SUBSECTOR (SEGMENTO O SEGMENTOS ESTRATÉGICOS) | | |
|---|---|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización, en su caso |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | Una obra o creación literaria (v.g. una novela) |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización medio | Una actuación o interpretación de artistas, intérpretes o ejecutantes |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) |  Grado de utilización bajo | Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales / - |
| Marcas y nombres comerciales | | |
| Patentes y modelos de utilidad | | |
| Diseños industriales | | |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | | |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | | |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | | |

⁴¹ La información relativa a los diferentes subsectores en relación al grado de utilización y usos de los distintos instrumentos de PI es extraída del propio conocimiento en la materia y saber y experiencia de esta Firma, relacionados directamente con la naturaleza de los bienes generados por cada industria creativa, de las reuniones previas mantenidas con los nodos de los distintos subsectores, y de la colección de datos generados con la actividad de asesoramiento de esta Firma.

2.1.- Sectores Culturales

2.1.1.- Subsector Cultural “Artes Escénicas”

Se trata de un Subsector que, además del teatro y la danza, incluye disciplinas como el circo, la ópera, el bertsolarismo y otras expresiones similares susceptibles de ser representadas o reproducidas en un escenario⁴². Se caracterizan por la intervención de agentes públicos y privados de diversos segmentos de la industria y la creación: creadores o autores, compañías, distribuidores, programadores, salas, teatros y demás recintos culturales, festivales, eventos...

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como intangibles (la actuación, la coreografía, la escenografía, un guion, el diseño del escenario, la fotografía, la composición musical, etc.):


| ARTES ESCÉNICAS (CULTURA EN VIVO) | | |
|---|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El texto de la obra de teatro. ✓ La coreografía. ✓ La composición musical. ✓ La fotografía. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Interpretación o actuación de intérpretes o ejecutantes. Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de una Sala, un evento, una compañía, etc. |
| Patentes y modelos de utilidad | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Diseños industriales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño de un escenario (escenografía). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✓ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen. ✓ Cesión de derechos de imagen de asistentes al evento. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

⁴² OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 20.

2.1.2.- Subsector Cultural “Artes Visuales”

Se trata de un Subsector que incluye, entre otras, las artes plásticas vinculadas a la pintura, la escultura, el grabado, otras actividades artísticas propias de las Bellas Artes, la fotografía, el arte digital u otras expresiones artísticas como la *performance* o videoinstalaciones⁴³. Se caracterizan por la intervención de agentes públicos y privados de diversos segmentos de la industria y la creación: creadores o autores, productores, empresas dedicadas a la exhibición, la difusión y la comercialización.

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como tangibles (signos distintivos, procesos de producción, innovaciones tecnológicas, obras artísticas, textos, reseñas, fotografías, grabaciones audiovisuales, etc.):

| ARTES VISUALES (CULTURA EN VIVO) | | |
|--|---|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Una obra de arte (una escultura, un cuadro, un grabado, etc.). ✓ Textos literarios, periodísticos, reseñas... ✓ Obras audiovisuales. ✓ Fotografías. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Grabaciones audiovisuales. ✓ Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) |  Grado de utilización bajo | - |
| Marcas y nombres comerciales |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un artista, empresa o compañía de las Artes Visuales. |
| Patentes y modelos de utilidad |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. |
| Diseños industriales |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Una creación o diseño que pretende ser producido o fabricado de forma industrial. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas |  Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen, secretos empresariales |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en la obra de arte (v.g. persona que se retrata o se muestra en una fotografía o grabación audiovisual). ✓ Cesión de derechos de imagen de personas (creadores). |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁴³ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 20.

2.1.3.- Subsector Cultural “Audiovisual”

Se trata de un Subsector que incluye, entre otras, actividades de producción audiovisual, postproducción, distribución, exhibición cinematográfica, televisión y radiodifusión⁴⁴. Se caracterizan por la intervención de agentes públicos y privados de diversos segmentos de la industria y la creación: creadores o autores, productores, empresas dedicadas a la producción, exhibición, la difusión y la comercialización, empresas de radio y televisión, etc.

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como tangibles (signos distintivos, procesos de producción, innovaciones tecnológicas, obras artísticas, textos, reseñas, fotografías, grabaciones audiovisuales, etc.):

| AUDIOVISUAL (CULTURA TRANSMEDIA) | | |
|---|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización alto  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Una obra audiovisual (una película, serie, documental, largometraje, cortometraje, etc.). ✓ Argumento, tratamiento, guion, etc. ✓ Composiciones musicales. ✓ Obras derivadas (v.g. traducciones). ✓ Textos literarios, periodísticos, reseñas... ✓ Fotografías. ✓ Programas de ordenador. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización alto  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La interpretación de la obra llevada a cabo por artistas, intérpretes o ejecutantes. ✓ Producciones audiovisuales (derechos de los productores de grabaciones audiovisuales). ✓ Emisiones o transmisiones de radio (derechos de las entidades de radiodifusión). ✓ Grabaciones audiovisuales. ✓ Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales (plataformas de contenido audiovisual). |
| Marcas y nombres comerciales | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un artista, productora, distribidora o de la propia película o grabación audiovisual. |
| Patentes y modelos de utilidad | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial |
| Diseños industriales | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño de un escenario (escenografía). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | Grado de utilización bajo  | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en la obra o grabación audiovisual (v.g. persona que se retrata o se muestra en una fotografía o grabación audiovisual). ✓ Cesión de derechos de imagen de personas (creadores) y, en su caso, de asistentes o espectadores. |

⁴⁴ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 21.

| | | |
|---|--------------------------------|---|
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✘ Grado de utilización bajo | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |
|---|--------------------------------|---|

2.1.4.- Subsector Cultural “Edición y Medios Impresos”

Se trata de un Subsector que incluye, principalmente, tres actividades: la edición propiamente dicha (tanto de libros impresos como en formato electrónico o audiolibros), la distribución al por mayor y el comercio (mediante las librerías y otros centros de venta al por menor)⁴⁵. Asimismo, se adiciona expresamente la prensa, con sus actividades de publicación de diarios, publicidad y publicaciones periódicas y otras revistas en cualquier formato (papel o electrónico). Se caracteriza asimismo por la intervención de agentes públicos y privados de diversos segmentos de la industria y la creación: creadores o autores, editores, distribuidores, comerciantes, medios de comunicación, agencias de noticias e imágenes, etc.

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como tangibles (signos distintivos, obras literarias, científicas o artísticas, fotografías, etc.):

| EDICIÓN Y MEDIOS IMPRESOS / LIBRO (CULTURA TRANSMEDIA) | | |
|--|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✔ Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Una obra literaria, obra artística, obra científica. ✓ Obras derivadas (v.g. traducciones). ✓ Fotografías. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✔ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de editores respecto de determinadas producciones. ✓ Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✔ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✔ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un autor, editorial, comercio o de la propia obra literaria, artística o científica. |
| Patentes y modelos de utilidad | ✘ Grado de utilización bajo | - |
| Diseños industriales | ✘ Grado de utilización bajo | - |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✘ Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✘ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en la obra (v.g. persona que se retrata o se muestra en una fotografía o en un artículo o reportaje). ✓ Cesión de derechos de imagen de personas (creadores) y, en su caso, de asistentes, espectadores... |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✘ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁴⁵ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 22.


2.1.5.- Subsector Cultural “Música”

Se trata de un Subsector que se sitúa a caballo entre las artes escénicas y las industrias, al incluir tanto conciertos en vivo (artes escénicas) como otros segmentos como la industria discográfica. Se caracteriza, principalmente, por el empleo del fonograma o unidad de grabación de cualquier tipo y en cualquier soporte⁴⁶. Se caracteriza, asimismo por la intervención de agentes fundamentalmente privados, propios de la industria discográfica que produce los fonogramas y servicios asociados a la actividad musical (editorial, *management*, promoción y organización de conciertos, etc.). También podrían incluirse en esta categoría las industrias de producción o fabricación de instrumentos musicales.

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como tangibles (signos distintivos, procesos de producción o formas de organización empresarial, el fonograma o unidad de grabación, de cualquier tipo y en cualquier soporte):

| MÚSICA (CULTURA TRANSMEDIA / CULTURA EN VIVO / SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN) | | |
|---|---|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Las composiciones musicales plasmadas en diversos soportes (papel, fonograma, digital...). ✓ Coreografía de videoclips. ✓ Fotografías. ✓ Escenografía de conciertos. ✓ Programas y software de producción musical o audiovisual y edición. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La interpretación de composiciones musicales (derechos conexos de intérpretes o ejecutantes). ✓ Derechos de los productores de fonogramas. ✓ Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales (plataformas de contenido musical). |
| Marcas y nombres comerciales |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un compositor, músico, grupo, álbum... ✓ Marcas o nombres comerciales de una empresa productora, distribuidora, organizadora, de un evento, de un festival de música. |
| Patentes y modelos de utilidad |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial (instrumento musical) |
| Diseños industriales |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un diseño o apariencia de un determinado instrumento musical. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas |  Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en un videoclip. ✓ Cesión de derechos de imagen de personas espectadoras o asistentes a un concierto. |

⁴⁶ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 21.

| | | |
|---|--|---|
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización bajo | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |
|---|--|---|

2.1.6.- Subsector Cultural “Patrimonio Cultural”

Se trata de un subsector muy amplio que abarca bienes muebles e inmuebles de interés artístico e histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico y atropológico, científico o técnico, lingüístico, industrial, documental y bibliográfico⁴⁷.

De esta forma, sus productos y servicios se manifiestan, a través de soportes tangibles e intangibles (objetos, construcciones, paisajes ,servicios de museos y bibliotecas, frutos de la creación e inventiva humanas...).

| PATRIMONIO | | |
|---|---|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | ✓ Obras pictóricas, composiciones musicales, obras arquitectónicas, artes plásticas, etc . |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización medio | ✓ La interpretación de composiciones musicales (derechos conexos de intérpretes o ejecutantes). ✓ Derechos de los productores de fonogramas. |
| Bases de datos (derecho sui generis) |  Grado de utilización medio | ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales |  Grado de utilización medio | ✓ Marcas asociadas a artistas, productoras, arquitectura, etc. |
| Patentes y modelos de utilidad |  Grado de utilización bajo | ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. |
| Diseños industriales |  Grado de utilización medio | ✓ Diseño o apariencia de un determinado producto. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas |  Grado de utilización medio | ✓ Un producto o alimento cuyo proceso de producción o fabricación se realiza de acuerdo con las condiciones geológicas, climáticas o geográficas de un territorio concreto |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen |  Grado de utilización bajo | ✓ Cesión de derechos de imagen de artistas, autores, etc. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización bajo | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁴⁷ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 20.

2.2.- Sectores Creativos

2.2.1.- Subsector Creativo “Arquitectura”

Se trata de un Subsector que incluye dentro de las ICCs, únicamente, las actividades y servicios de arquitectura, excluyéndose otras como las actividades de ingeniería o construcción. La razón de ello está en que la arquitectura, de las citadas, es la única actividad que reviste un cierto cariz de actividad creativa como tal. Así, se incluirían, principalmente, los servicios de asesoría en arquitectura, los servicios de diseño y dibujo (planos y croquis) de edificios, el diseño o planificación urbana y rural y la arquitectura paisajística⁴⁸.

Así, este Subsector gestiona tanto activos o soportes intangibles como tangibles (signos distintivos, programas de ordenador o software de diseño y dibujo, planos, maquetas, proyectos o creaciones arquitectónicas):

| ARQUITECTURA (SERVICIOS CREATIVOS PARA EL HÁBITAT Y LA CONSTRUCCIÓN / SERVICIOS CREATIVOS PARA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS) | | |
|--|--|---|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Creaciones y obras arquitectónicas. ✓ Planos, maquetas, croquis y proyectos. ✓ Fotografías. ✓ Programas y software de diseño y dibujo. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un arquitecto, una empresa de arquitectura o sociedades o entes que prestan servicios y actividades relacionadas con la arquitectura. ✓ Marcas o nombres comerciales de la propia obra o creación arquitectónica que ha adquirido una distintividad que quiere protegerse. |
| Patentes y modelos de utilidad | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial (materiales de construcción o de trabajo). |
| Diseños industriales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un producto fruto de una creación arquitectónica. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de imagen del/ de la autor/a o artista o del equipo. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos industriales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁴⁸ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 23.

2.2.2.- Subsector Creativo “Artesanía”

Se trata de un Subsector cuya incardinación dentro las ICCs es patente, mas no existe consenso unánime sobre su integración en el Sector Creativo o en el Sector Cultural. Con independencia de la caracterización concreta de la artesanía y su definición en cada una de las normativas forales que regulan dicha actividad, cabe incluir en el presente Subsector, entre otros: la joyería, la orfebrería, la cerámica, el soplado de vidrio, la artesanía sobre madera y/o ebanistería, la artesanía sobre tejidos, la artesanía sobre cuero, la restauración de obras de arte, *luthieres* de instrumentos, etc.⁴⁹.

Así, este Subsector gestiona una gran variedad de activos o soportes aunque, en su mayoría, se trata de soportes tangibles (una obra de arte, un vestido, joyas...). Podrían citarse algunos activos o soportes intangibles (marca de un artesano, una técnica de fabricación innovadora...), aunque no es lo más habitual debido a las propias características del gremio y su actividad.

| ARTESANÍA (MANUFACTURAS DE DISEÑO) | | |
|--|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | ✓ Creaciones y obras de arte. ✓ Planos, maquetas, croquis y proyectos. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Marcas o nombres comerciales de un artesano o un producto en particular. |
| Patentes y modelos de utilidad | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Diseños industriales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Un diseño concreto de un producto de cerámica, de una joya, de un instrumento... |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Derechos de imagen del/ de la autor/a o artista. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

2.2.3.- Subsector Creativo “Contenidos Digitales”

Se trata de un Subsector muy amplio y genérico que, tal y como sostiene el Observatorio Vasco de la Cultura, “está incluido en cada uno de los Sectores”⁵⁰. Por tanto, cada uno de los Subsectores que se han venido desarrollando incluyen en su formulación y análisis la posibilidad de utilizar contenidos digitales, no siendo pertinente entrar en un examen del Subsector genérico de “Contenidos Digitales”.

⁴⁹ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 22 y 23.

⁵⁰ *Ibidem*, p. 18.

Asimismo, según el propio Observatorio, actividades propias de “Contenidos Digitales” como bien podrían ser el desarrollo de software y aplicaciones deben excluirse de las ICCs debido a que no revisten del carácter cultural y creativo necesario para hallarse comprendido en aquellas.

No obstante, se han excluido e individualizado como Subsectores independientes ciertas actividades económicas, empresariales o industriales que, si bien podrían incardinarse plenamente en el de Contenidos Digitales, merecen, debido a su relevancia, entidad propia: videojuegos, publicidad, multimedia, diseño...

| CONTENIDOS DIGITALES | | |
|---|---|---|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obras audiovisuales. ✓ Una obra musicales. ✓ Videojuegos. ✓ Bases de datos ✓ Textos literarios, periodísticos, reseñas. ✓ Fotografías. ✓ Programas de ordenador y software. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La interpretación o ejecución de la obra llevada a cabo por artistas, intérpretes o ejecutantes. ✓ Producciones audiovisuales o musicales. ✓ Emisiones o transmisiones de radio (derechos de las entidades de radiodifusión). ✓ Grabaciones audiovisuales. ✓ Meras fotografías. |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales (plataformas de contenido audiovisual, musical, etc.). |
| Marcas y nombres comerciales |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de una obra, artista, productora, distribuidora, etc. |
| Patentes y modelos de utilidad |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. |
| Diseños industriales |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un diseño concreto de un producto, una interfaz, etc. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas |  Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en una obra. ✓ Cesión de derechos de imagen de personas (creadores) y, en su caso, de asistentes o espectadores. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

2.2.4.- Subsector Creativo “Diseño”

De nuevo, debe entenderse en una perspectiva amplia y abierta, tanto como proceso creativo de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios; como el empleo del diseño para prestar servicios o estrategias empresariales innovadoras⁵¹. De esta forma, este Subsector incluiría actividades de diseño como mobiliario y otros artículos de decoración interior, bienes para el hogar, diseño industrial, diseño de mecanismos, diseño de formas, colores y acabado del producto, diseños personalizados, diseño gráfico o la decoración de interiores.

Así, este Subsector gestiona y explota tanto activos tangibles como intangibles (obras de arte, planos, textos o descripciones, croquis, dibujos, diseños, marcas y nombres comerciales, procesos o técnicas de fabricación o diseño).

| DISEÑO (MANUFACTURAS DE DISEÑO / SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN / SERVICIOS CREATIVOS PARA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS) | | |
|---|---|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | ✓ Obras de arte y demás creaciones (v.g. arte decorativo). ✓ Fotografías. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir. ✓ Marcas o nombres comerciales de empresas o profesionales del diseño. |
| Patentes y modelos de utilidad | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Diseños industriales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ El diseño o apariencia de un producto que quiere protegerse (v.g. el diseño y característica de una mesa). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Un producto cuyo proceso de producción o fabricación se realiza de acuerdo con las condiciones geológicas, climáticas o geográficas de un territorio concreto. |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Derechos de imagen del/ de la autor/a o artista. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁵¹ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 24.

2.2.5.- Subsector Creativo “Gastronomía”

La Gastronomía se incluye como ICC en la medida en que esta entrañe una parte o naturaleza creativa, lo que implica la necesaria exclusión de restaurantes, bares y demás servicios gastronómicos de Euskadi⁵². Por tanto, únicamente se contemplarán aquellas actividades, productos o servicios que supongan un valor añadido por su innovación, investigación o experimentación, grado de creatividad o, incluso, tecnología aplicada.

| GASTRONOMÍA ⁵³ | | |
|---|--|---|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Recetas. ✓ Fotografías. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Base de datos (derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Marcas o nombres comerciales de un producto, alimento o plato que ha adquirido relevancia en el mercado y que se quiere distinguir y proteger. ✓ Marcas o nombres comerciales de cocineros, establecimientos, asociaciones... |
| Patentes y modelos de utilidad | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial (proceso de producción o fabricación, en las técnicas de cocina o elaboración de un producto, instrumento de cocina, etc.). |
| Diseños industriales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ El diseño o apariencia de un producto o alimento que quiere protegerse (v.g. el diseño de una tableta de chocolate, la apariencia de un envoltorio). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Un producto o alimento cuyo proceso de producción o fabricación se realiza de acuerdo con las condiciones geológicas, climáticas o geográficas de un territorio concreto. |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✗ Grado de utilización bajo | ✓ Cesión de derechos de imagen del creador/a o del equipo. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✓ Grado de utilización medio | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

⁵² *Idem.*

⁵³ Subsector en proceso de análisis en el marco de las ICC y que no cuenta con un nodo de referencia.

2.2.6.- Subsector Creativo “Industrias de la Lengua”

Es un Subsector que incluye aquellas industrias dedicadas a la prestación de servicios o la generación de productos específicos de acompañamiento y apoyo vinculados a la traducción, los contenidos, la enseñanza de idiomas y las tecnologías de la lengua⁵⁴. De esta forma, este Subsector incluiría actividades de traducción e interpretación, desarrollo de contenidos lingüísticos, soluciones de comunicación, y otras soluciones tecnológicas relacionadas con la lengua.

Por tanto, aunque se trata de un Subsector cuantitativa y cualitativamente más definido y limitado, lo cierto es que si gestiona variedad de activos o soportes; tanto tangibles (una obra literaria, una traducción o interpretación de una obra en papel) como intangibles (un método de enseñanza de idiomas, un software, programa de ordenador o aplicación de traducción o de enseñanza de idiomas).

| INDUSTRIAS DE LA LENGUA (SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN / SERVICIOS CREATIVOS PARA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS) | | |
|--|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obras literarias o científicas. ✓ Obras derivadas (traducciones e interpretaciones). ✓ Una aplicación, software o programa de ordenador (traducciones) |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | ✓ Grado de utilización medio | - |
| Bases de datos (Derecho <i>sui generis</i>) | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | ✓ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir. ✓ Marcas o nombres comerciales de empresas, aplicaciones, servicios... |
| Patentes y modelos de utilidad | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial. |
| Diseños industriales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño o apariencia de un producto o servicio que quiere protegerse (v.g. el diseño o disposición de elementos de la interfaz de una aplicación o programa de ordenador). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | ✗ Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | ✓ Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen del creador o del equipo. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales | ✗ Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

⁵⁴ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 24.

2.2.8.- Subsector Creativo “Publicidad y Marketing”

Es un Subsector que incluye la actividad publicitaria y los servicios publicitarios en un sentido amplio, incluyendo anuncios, servicios creativos, producción de material publicitario, creación y realización de campañas, inserción de aquellas campañas en medios de comunicación e Internet, realización de campañas y servicios destinados a la atracción y retención de clientes, promoción de productos, consultoría, etc.⁵⁵.

Por su propia amplitud y características incluye la gestión de activos intangibles (marcas y nombres comerciales, servicios y procesos de consultoría, creación y diseño, programas de ordenador o software...) y tangibles (fotografía, diseños, textos...).

| PUBLICIDAD Y MARKETING (SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN) | | |
|---|--|---|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización alto  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obra audiovisual (una campaña publicitaria o anuncio de TV, Internet o radio). ✓ Composiciones musicales (una melodía para una campaña publicitaria). ✓ Obras derivadas. ✓ Fotografías. ✓ Programas de ordenador o software. |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización alto  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de los productores o, respecto de determinadas ediciones, editores. |
| Bases de datos (Derecho <i>sui generis</i>) | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir. ✓ Marcas o nombres comerciales de agencias de publicidad, de campañas concretas o incluso de técnicas o métodos de publicidad o análisis de mercados. |
| Patentes y modelos de utilidad | Grado de utilización bajo  | - |
| Diseños industriales | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño o apariencia de un producto o servicio que quiere protegerse. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | Grado de utilización bajo  | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos de imagen de personas que intervienen en la obra o grabación audiovisual. ✓ Cesión de derechos de imagen de personas (creadores) y, en su caso, de asistentes o espectadores. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor |

⁵⁵ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 23.

| | |
|---------------|---|
| empresariales | competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |
|---------------|---|

2.2.7.- Subsector Creativo “Moda”

Es un Subsector que incluye actividades de diseño especializadas y aplicadas a la moda, tales como el diseño de moda textil, de prendas de vestir, calzado, joyas u otros bienes; excluyéndose expresamente la fabricación (salvo que tenga un carácter artesanal o “a medida”) y el comercio de las mismas⁵⁶.

| MODA (MANUFACTURAS DE DISEÑO) | | |
|---|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización medio | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obra de arte destinada a la moda, en caso de presentar la suficiente originalidad. ✓ Obras literarias (textos periodísticos o literarios sobre la moda). ✓ Obras artísticas (un diseño de una prenda que se expone en un museo). ✓ Fotografías (v.g. exposiciones). |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) |  Grado de utilización bajo | - |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales. |
| Marcas y nombres comerciales |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir. ✓ Marcas o nombres comerciales de firmas de moda o empresas que prestan servicios en el sector de la moda. |
| Patentes y modelos de utilidad |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial (v.g. una suela que no patina debido a una específica característica de su fabricación o composición). |
| Diseños industriales |  Grado de utilización alto | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño o apariencia de un producto o servicio que quiere protegerse (v.g. el diseño o apariencia de una prenda). |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas |  Grado de utilización bajo | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cesión de derechos del creador, o de la imagen reflejada en los productos (v.g. camiseta con la cara de una modelo), o de los modelos que exhiben las prendas. |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización bajo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección. |

⁵⁶ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 24.

2.2.8.- Subsector Creativo “Videojuegos”

Es un Subsector que se configura de manera independiente del audiovisual y multimedia debido a que se centra en el desarrollo, la distribución y la venta de software de entretenimiento y aprendizaje interactivo que permite simular experiencias en una pantalla⁵⁷.


Esta comunidad dentro de las ICCs del sector vasco, tiene relevancia tanto en el desarrollo de videojuegos en su vertiente *fun*, como en la relativa a los *serious game*, siendo esta última la que más representación e incidencia tiene en este Subsector, y que se centra en la construcción de conocimiento y aprendizaje en diversos campos, incluyendo el empresarial.

Incluye la gestión y explotación de gran variedad de activos y de diversa índole (storyboard, diseño gráfico, sonido, programación, producción, postproducción...). Así, en su mayor parte, implica actividad creativa susceptible de protección separada mediante derechos de autor y otros derechos.

| VIDEOJUEGOS (SERVICIOS CREATIVOS PARA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS) | | |
|---|--|--|
| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
| Derechos de autor (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización alto  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obras literarias (guion, storyboard, trama, etc.). ✓ Obra audiovisual (cinemáticas, vídeos...). ✓ Obras musicales. ✓ Programación (software). ✓ Fotografía. ✓ Obras derivadas (traducciones, adaptaciones, secuelas, precuelas, merchandising). |
| Derechos conexos (Propiedad Intelectual) | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de los productores. ✓ Derechos de artistas, ejecutantes o intérpretes (compositores, doblaje). |
| Bases de datos (derecho <i>sui generis</i>) | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Colecciones de obras ajenas o de datos que por la selección o disposición de sus contenidos constituyan creaciones intelectuales (plataforma online de videojuegos). |
| Marcas y nombres comerciales | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marcas o nombres comerciales de un videojuego, una saga, una consola, un personaje, un género... ✓ Marcas o nombres comerciales de empresas desarrolladoras, creadores, distribuidores, fabricantes... |
| Patentes y modelos de utilidad | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Invenciones, respecto a cualquier campo de la tecnología, que sean nuevas, impliquen actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación industrial (v.g. una nueva videoconsola, un nuevo motor gráfico, una nueva tecnología de producción o de juego, etc.) |
| Diseños industriales | Grado de utilización medio  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El diseño o apariencia de una carátula de un videojuego. ✓ La interfaz de la programación. ✓ El diseño, apariencia de una videoconsola. |
| Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas protegidas | Grado de utilización bajo  | - |
| Otros derechos e instrumentos: derechos de imagen | Grado de utilización bajo  | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Derechos de imagen en caso de utilización de personas físicas como referencia para su programación o |

⁵⁷ OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA. “Delimitación conceptual y definición... *op. cit.* p. 23.

VIDEOJUEGOS (SERVICIOS CREATIVOS PARA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS)

| Instrumento de PI | Utilización en el Subsector y frecuencia | Ejemplos de su utilización |
|--|---|--|
| | | digitalización, empleo de voz en caso de doblajes, empleo de nombres de personas físicas reales... |
| Otros derechos e instrumentos: secretos empresariales |  Grado de utilización medio | ✓ Procedimientos, métodos o saber hacer, que tienen carácter secreto, valor competitivo y a los que se les aplican medidas de protección |

III. Grado de cumplimiento y detección de desviaciones en materia de gestión de derechos de intangibles

3.1.- Metodología del análisis del grado de cumplimiento

El presente punto del Informe pretende ofrecer una visión comparativa abreviada de las conclusiones extraídas del punto primero y segundo del mismo. Esto es, realizar una comparativa entre el cumplimiento legal óptimo en materia de gestión de intangibles y el estado actual de las ICCs vascas, en aras a ofrecer una imagen fidedigna y actualizada del grado de cumplimiento de las diversas ICCs. Todo ello, con el objeto último de detectar las desviaciones en materia de gestión de derechos de intangibles y, en última instancia, fijar objetivos y prioridades a ser valorados por Basque DCC.

No obstante, a fin de seguir la clasificación y metodología propuestas por Innobasque – Agencia Vasca de la Innovación, en lugar de operar un análisis pormenorizado de cada uno de los Subsectores de las ICCs, se empleará la clasificación y ordenación de aquellas por segmentos estratégicos. Ello debido a que, en primer lugar, Basque DCC es un Proyecto que pretende aglutinar a todas las ICCs, ambicionando, más que el cumplimiento individualizado, la mejora colectiva, la detección y la solución de retos comunes y generales de los diversos Sectores y Subsectores. Y, en segundo lugar, por cuestiones puramente prácticas, pues muchas industrias y Subsectores presentan unas mismas características, necesidades y retos; siendo conveniente agruparlas para su estudio y análisis conjunto.

Además, se hace constar que las conclusiones que se expondrán reflejan un resultado que debe ser interpretado a nivel general, y es que, sin perjuicio de que se haya realizado una aproximación a cada uno de los diferentes subsectores de las ICCs de Euskadi, la realidad es que cada uno de estos presenta diferentes grados de cumplimiento en su gestión, dependiendo del nodo de que se trate, del tipo de industria y del sujeto interviniente en función de su papel en el mercado, entre otros. Por tanto, puede que un subsector a nivel general muestre un bajo grado de nivel de cumplimiento y que en su seno existan determinados sujetos que en la realidad gestionan en un alto grado de cumplimiento sus activos intangibles.

Por otro lado, la información relativa a los diferentes subsectores en relación al grado de cumplimiento en materia de gestión de intangibles es extraída del propio conocimiento en la materia y saber y experiencia de esta Firma, relacionados directamente con la naturaleza de los bienes generados por cada industria creativa, de las reuniones previas con los nodos de los diferentes subsectores, y de la colección de datos generados con la actividad de asesoramiento de esta Firma.

Consecuentemente, en los siguientes epígrafes de este tercer punto se ofrecerá un cuadro comparativo para cada uno de los segmentos anteriormente referidos. Dicha tabla incluirá las principales necesidades o retos de cada segmento estratégico, ejemplos de estas necesidades o retos, los instrumentos legales aplicables y, finalmente, las acciones y mecanismos legales que se proponen para la obtención de un cumplimiento óptimo.

Al final de cada tabla se adjuntará un resumen gráfico del grado de cumplimiento en materia de gestión de derechos de intangibles para cada segmento estratégico, tal y como se ilustra a continuación: Z



**Cumplimiento
medio**

El grado de cumplimiento volcado en materia de gestión de intangibles se divide y estructura en tres niveles:

- a. **Cumplimiento alto.**
- b. **Cumplimiento medio.**
- c. **Cumplimiento bajo.**

3.2.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Cultura en vivo”

| CULTURA EN VIVO | | | |
|---|---|--|---|
| Artes visuales | Artes escénicas | Música en vivo | Patrimonio cultural |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger las obras literarias, artísticas, científicas o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional)</p> | <p><i>Una obra de arte; el texto de una obra de teatro; textos literarios o periodísticos; la coreografía; obras o grabaciones audiovisuales; la escenografía; las composiciones musicales plasmadas en diversos soportes; la fotografía; la interpretación o actuación de artistas, intérpretes o ejecutantes; las meras fotografías; fonogramas; programas o software de producción musical, audiovisual o edición.</i></p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). |
| | <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados (nacional e internacional).</p> | <p><i>Marcas o nombres comerciales de salas, espectáculos, eventos, conciertos, festivales; marcas o nombres comerciales de autores, compositores, grupos, álbumes; marcas y nombres comerciales de compañías de teatro, productoras, comercializadoras, distribuidoras, organizadoras de eventos.</i></p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> |
| <p>Necesidad de proteger diseños o creaciones que no son susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual y que pretende ser producido o fabricado de manera industrial (Artes Visuales).</p> | <p><i>La apariencia de un producto utilizado en el marco de un espectáculo que quiere ser protegido pero que no reúne los requisitos de originalidad.</i></p> | <p>Diseño industrial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los diseños industriales en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los diseños industriales (renovación y pago de tasas, vigilancia de solicitud de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo ejercicio de los propios). |
| <p>Necesidad de obtener certidumbre y seguridad jurídica sobre la cesión y uso de derechos de imagen de personas físicas.</p> <p>Evitación de posibles conflictos o controversias jurídicas ocasionadas por la falta de cesión de derechos de imagen o su incorrecta obtención.</p> | <p><i>Imágenes de personas que intervienen en un videoclip, obra de arte, fotografía, concierto o teatro; imágenes o voz (doblaje) de actores, intérpretes o ejecutantes; imágenes de asistentes o público.</i></p> | <p>Derechos de imagen</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención de autorización de los titulares de los derechos de imagen. ✓ Respeto a sus derechos de honor, intimidad y protección de datos. |
| <p>Innovación mediante incorporación de nuevas tecnologías inmersivas en espectáculos y en exposición de obras en vivo.</p> | <p><i>Nuevas tecnologías, invenciones, procesos de producción o de creación.</i></p> | <p>Patentes y modelos de utilidad</p> <p>Secretos empresariales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, pago de anualidades). ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). |

Grado global de cumplimiento




Cumplimiento medio

3.3.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Cultura transmedia”

| CULTURA TRANSMEDIA | | | |
|---|---|--|--|
| Música (reproducc.) | Audiovisuales | Contenidos digitales | Libro |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger las obras literarias, artísticas, científicas, audiovisuales o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional).</p> | <p>Obras y grabaciones audiovisuales; guiones; composiciones musicales plasmadas en diversos soportes (papel, fonograma, digital...); coreografías, escenografías, fotografía; programas o software de producción musical, audiovisual y edición; interpretación de composiciones musicales u obras audiovisuales por artistas, intérpretes o ejecutantes; emisiones o transmisiones de radio; producciones; ediciones; coproducciones...</p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). |
| | <p>Necesidad de reforzar la concepción y elaboración de “creaciones transmedia” basadas en otras obras.</p> | <p>Traducciones, adaptaciones, revisiones, actualizaciones, anotaciones, compendios, resúmenes, extractos, arreglos musicales y demás transformaciones de obras literarias, artísticas, científicas o audiovisuales.</p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> |
| <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados.</p> <p>Necesidad de proteger, identificar y distinguir los productos y servicios prestados en el mercado europeo e internacional (internacionalización).</p> | <p>Marcas o nombres comerciales de un artista, productora, distribuidora o de la propia película, saga o grabación audiovisual; marcas o nombres comerciales de un compositor, músico, grupo, álbum; marcas o nombres comerciales de un festival, evento, fórum; marcas o nombres comerciales de un autor, editorial, comercio o de la propia obra literaria, artística o científica o alguno de sus personajes.</p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los signos distintivos en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO, OMPI). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los signos distintivos (uso efectivo, trámites de renovación y vigilancia de solicitudes de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo uso de los propios). |
| <p>Necesidad de obtener certidumbre y seguridad jurídica sobre la cesión y uso de derechos de imagen de personas físicas.</p> <p>Evitación de posibles conflictos o controversias jurídicas ocasionadas por la falta de cesión de derechos de imagen o su incorrecta obtención.</p> | <p>Imágenes o voces de personas que intervienen en un videoclip, obra audiovisual, grabación audiovisual, fotografía u obra de arte; imágenes del creador o autor; imágenes o fotografías de personas incorporadas a una obra literaria o científica; imágenes de asistentes,</p> | <p>Derechos de imagen</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención de autorización de los titulares de los derechos de imagen. ✓ Respeto a sus derechos de honor, intimidad y protección de datos. |

CULTURA TRANSMEDIA

| Música (reproducc.) | Audiovisuales | Contenidos digitales | Libro |
|---|--|---|---|
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| Necesidad de proteger nuevas innovaciones, tecnologías, invenciones, procesos de producción, programas, software, know-how, formas de organización empresarial | <i>público o espectadores.</i> | | |
| | <i>Nuevas tecnologías e invenciones, know-how programas de ordenador, software u otras invenciones innovadoras para la producción musical o audiovisual; procesos de producción industrial o formas de organización empresarial innovadoras;</i> | Patentes y modelos de utilidad Secretos empresariales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, pago de anualidades). ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). |
| Digitalización de los soportes: fragmentación en las creaciones, concentración de la producción en grandes empresas y compañías, cambios en los hábitos de consumo. Desarrollo de productos, creaciones y servicios específicos para las nuevas plataformas o canales digitales. | <i>Aparición de nuevos soportes digitales, nuevas plataformas (basadas en las Tecnologías de la Información y la Comunicación y, principalmente, Internet). V.g. Netflix, HBO, Spotify, Youtube...</i> | Derechos de autor y derechos conexos Bases de datos Secreto empresarial | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los derechos de autor y derechos conexos permiten y contemplan, en todo caso, la protección de derechos de propiedad intelectual en soportes digitales, electrónicos u otros futuros. ✓ Protección <i>sui generis</i> de bases de datos y páginas web. ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). |
| | <i>Aparición de nuevas preferencias y hábitos de consumo (consumo doméstico de contenidos).</i> | Derechos de autor y derechos conexos Marcas y nombres comerciales | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Suscripción de acuerdos de colaboración. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). ✓ Suscripción de acuerdos o contratos de co-producción de obras audiovisuales. ✓ Registro de signos distintivos a nivel supranacional (EUIPO, OMPI). |
| Necesidad de internacionalización de actores locales, regionales o nacionales; principalmente en el ámbito de la producción y la distribución (dificultad de llegada del contenido de los creadores a consumidores finales). | <i>Reforzar estrategias de coproducción estatal e internacional.</i> <i>Colaboraciones para entrada en nuevos mercados.</i> | | |
| Grado global de cumplimiento | | | |
|  | | | Cumplimiento bajo |


3.4.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Manufacturas de diseño”

| MANUFACTURAS DE DISEÑO | | | |
|--|--|---|---|
| Artesanía | Moda | | Diseño industrial (hábitat) |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger las obras literarias, artísticas o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional).</p> | <p><i>Creaciones y obras artísticas (un diseño de una prenda que se expone en un museo); obras literarias (textos periodísticos o literarios sobre moda); fotografías; planos, maquetas, croquis y proyectos; obras o creaciones de arte decorativos.</i></p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). |
| <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados.</p> <p>Apertura a nuevos mercados y tendencias internacionales.</p> <p>Refuerzo de notoriedad de la marca.</p> | <p><i>Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en un determinado mercado; marcas o nombres comerciales de firmas de moda o empresas que prestan servicios en el sector de la moda; marcas o nombres comerciales de empresas o profesionales del diseño; marcas o nombres comerciales de un artesano o un producto en particular.</i></p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los signos distintivos en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO, OMPI). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los signos distintivos (uso efectivo, trámites de renovación y vigilancia de solicitudes de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo uso). ✓ Vocación de internacionalización: optar por registro de signos distintivos y logos a nivel supranacional para operar con seguridad en mercados europeos o internacionales. |
| <p>Necesidad de aumentar capacidades de diferenciación para y con innovación tecnológica.</p> <p>Necesidad de proteger jurídicamente y en el tráfico económico y comercial esas nuevas invenciones, procesos, aplicaciones, etc.</p> <p>Uso de nuevas tecnologías (v.g. big data) para anticipar gustos, preferencias y opciones de los consumidores.</p> | <p><i>Nuevas tecnologías e invenciones, know-how; uso de tecnologías big data para anticipar gustos y preferencias de los consumidores, uso de nuevos canales electrónicos y digitales (e-commerce, marketplaces); novedades inventivas en materia de diseño de una prenda; un producto de artesanía que implica una actividad novedosa e inventiva que desea protegerse.</i></p> | <p>Patentes y modelos de utilidad</p> <p>Secretos empresariales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, pago de anualidades). ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). |
| <p>Necesidad de impulsar nuevos modelos de negocio que se basen en la utilización de nuevos materiales, nuevos diseños, innovaciones visuales y gráficas...</p> <p>Tendencia a la sostenibilidad en el empleo de materiales y procesos de producción.</p> | <p><i>El diseño o apariencia de un producto (v.g. el diseño de una prenda); el diseño concreto y distintivo de un producto de cerámica, de una joya, de un instrumento o de otros bienes o productos de artesanía.</i></p> | <p>Diseño industrial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los diseños industriales en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los diseños industriales (renovación y pago de tasas, vigilancia de solicitud de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo ejercicio de los propios). |

| MANUFACTURAS DE DISEÑO | | | |
|---|----------|-----------------------------|--|
| Artesanía | Moda | Diseño industrial (hábitat) | |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| Grado global de cumplimiento | | | |
| ★ ☆ ☆ | | | Cumplimiento bajo |

3.5.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Servicios creativos para el hábitat y la construcción”

| SERVICIOS CREATIVOS PARA EL HÁBITAT Y LA CONSTRUCCIÓN | | | |
|---|---|---|---|
| Arquitectura | Diseño (de interiores) | Diseño (industrial-hábitat) | |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger las obras artísticas, científicas o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional).</p> | <p><i>Obras de arte y demás creaciones susceptibles de protección por la PI (v.g. arte decorativo); fotografías; meras fotografías; creaciones y obras arquitectónicas; planos, maquetas, croquis y proyectos; programas y software de diseño y dibujo.</i></p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). |
| <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados.</p> <p>Mejora de la visibilidad del sector.</p> <p>Necesidad de internacionalización de las empresas vascas y especialización en mercados verticales finales.</p> | <p><i>Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir; marcas o nombres comerciales de empresas o profesionales del diseño; marcas o nombres comerciales de un arquitecto, una empresa de arquitectura o sociedades o entes que prestan servicios y actividades relacionadas con la arquitectura; marcas o nombres comerciales de la propia obra o creación arquitectónica.</i></p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los signos distintivos en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO, OMPI). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los signos distintivos (uso efectivo, trámites de renovación y vigilancia de solicitudes de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo uso). ✓ Vocación de internacionalización: optar por registro de signos distintivos y logos a nivel supranacional para operar con seguridad en mercados europeos o internacionales. |
| <p>Uso de nuevas tecnologías (innovación) como elemento diferencial en el mercado.</p> <p>Capacitación en nuevas herramientas en el ámbito de la construcción.</p> <p>Necesidad de proteger jurídicamente y en el tráfico económico y comercial esas nuevas invenciones, procesos, aplicaciones, etc.</p> <p>Necesidad de internacionalización de las empresas vascas y especialización en el mercado final para la apertura de nuevos mercados.</p> | <p><i>Invenciones que implican novedad inventiva; información sobre el proceso de diseño o sobre las formas de organización empresarial (know-how); obras o creaciones arquitectónicas que conllevan diseños, técnicas o actividades innovadoras y con novedad inventiva; nuevas herramientas y tecnologías en el ámbito de la construcción (v.g. BIM).</i></p> | <p>Patentes y modelos de utilidad</p> <p>Secretos empresariales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, pago de anualidades). ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). ✓ Vocación de internacionalización: optar por registros supranacionales; obtención o cesión de licencias o cesiones en ámbito supraestatal. |
| <p>Necesidad de impulsar nuevos modelos de negocio que</p> | <p><i>El diseño o apariencia de un producto (v.g.</i></p> | <p>Diseño industrial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los diseños industriales en los |

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>se basen en la utilización de nuevos materiales, nuevos diseños, innovaciones visuales y gráficas...</p> <p>Tendencias de sostenibilidad y funcionalidad en el diseño y en los modelos de negocio.</p> | <p>diseño y características de una mesa); diseño y apariencia de una creación arquitectónica; aplicación de las nuevas tendencias a los diseños existentes...</p> | | <p>registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los diseños industriales (renovación y pago de tasas, vigilancia de solicitud de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo ejercicio de los propios).</p> |
| Grado global de cumplimiento | | | |
|  | | | Cumplimiento medio |

3.6.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Servicios creativos para publicidad y comunicación”

| SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN | | | |
|---|---|--|--|
| Publicidad | Diseño gráfico | Industrias de la lengua | Música, AAEE, AAVV para empresas |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Nuevos soportes (digital) y nuevas tipologías de contenidos</p> <p>Nuevos sujetos, autores y creadores (v.g. Microinfluencers)</p> <p>Necesidad de proteger las obras literarias, artísticas, científicas, audiovisuales o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional).</p> | <p><i>Obras literarias, obras derivadas (traducciones e interpretaciones); aplicaciones, software o programas de ordenador; obras y grabaciones audiovisuales (campana publicitaria, anuncio de TV, internet o radio); nuevos formatos y servicios publicitarios (native content, branded content, podcast, live videos...); composiciones musicales o melodías para campañas de publicidad y promoción; fotografías y meras fotografías.</i></p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). ✓ Protección <i>sui generis</i> de bases de datos y páginas web. ✓ <u>Nuevos soportes y tipologías de contenido</u>: la LPI aplica y comprende también la posibilidad de protección y registro de estos nuevos soportes. ✓ <u>Nuevos sujetos, autores y creadores</u>: necesidad de regular jurídicamente las relaciones entre los diversos sujetos. Definir correctamente, en el caso de los <i>influencers</i>, las condiciones específicas de la campaña publicitaria y la titularidad de los derechos de propiedad intelectual sobre el contenido generado; las cesiones o licencias sobre el uso de contenidos protegidos o sobre la propia marca. |
| <p>Colaboración con otros sectores creativos y nuevas estrategias de comunicación.</p> <p>Necesidad de proteger los contenidos, creaciones, invenciones y marcas o signos distintivos propios en las colaboraciones o acuerdos con terceros.</p> | <p><i>Colaboración con otros sectores como transmedia o cultura en vivo y nuevas estrategias de comunicación en artes escénicas, eventos, audiovisuales o gaming.</i></p> | <p>Pluralidad</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). ✓ Obtención lícita de derechos, cesiones o licencias sobre derechos de autor de la obra original (fundamentalmente, derecho de transformación). ✓ Protección de la obra derivada resultante (inscripción en el registro, mecanismos de transmisión y |

SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

| Publicidad | Diseño gráfico | Industrias de la lengua | Música, AAEE, AAVV para empresas |
|---|--|---|--|
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados.</p> <p>Necesidad de internacionalización de la marca y especialización en determinados mercados.</p> <p>Nuevas tendencias de diferenciación de la marca y reputación empresarial (v.g. <i>story telling</i>).</p> | <p><i>Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado y que se quiere proteger y distinguir de los de la competencia; marcas o nombres comerciales de agencias de publicidad, campañas de publicidad particulares o incluso de técnicas o métodos de publicidad o análisis de mercados; marcas o nombres comerciales de empresas, aplicaciones, software, programas de ordenador o servicios de traducción, lenguaje, interpretación...</i></p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> | <p>trazabilidad...).</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Protección y registro de la invención o modelo de utilidad. ✓ Acuerdos de colaboración mercantiles con otras empresas de otros sectores o sub-sectores que incluyan cláusulas de protección y salvaguarda de los contenidos, propiedad intelectual e industrial propia; incluidas licencias o cesiones de uso sobre marcas. |
| <p>Uso de nuevas tecnologías para la personalización de estrategias de publicidad y comunicación (v.g. microtargeting), buscando aproximarse cada vez más a los consumidores y sus preferencias.</p> <p>Uso de nuevas tecnologías para mejorar la obtención de métricas, datos y estadísticas sobre las campañas.</p> <p>Necesidad de proteger nuevas innovaciones, tecnologías, invenciones, procesos de producción, programas, software, know-how, formas de organización empresarial.</p> <p>Necesidad de especialización y adaptación a nuevos nichos de mercado.</p> | <p><i>Invenciones y novedades que pueden ser protegidas por patente o modelo de utilidad (nuevas herramientas o programas de análisis de mercado, métodos de venta o promoción...); información sobre el proceso de diseño o formas de organización empresarial concretas; algoritmos; una invención o modelo de utilidad novedoso de traducción automática, una metodología o técnica de enseñanza de idiomas.</i></p> | <p>Patentes y modelos de utilidad</p> <p>Secretos empresariales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, pago de anualidades). ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). ✓ Acuerdos de colaboración mercantiles con otras empresas o sujetos del mismo sector o de otros sectores que prevean la cesión de las tecnologías, métodos o invenciones desarrolladas. |
| <p>Necesidad de proteger diseños o creaciones que no son susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual y que pretende ser producido o fabricado de manera industrial.</p> <p>Nuevas tipologías de contenidos, diseños y soportes (native content, branded content, podcast, live videos, etc.)</p> | <p><i>El diseño o apariencia de un producto o servicio que quiere protegerse (v.g. el diseño o disposición de elementos de la interfaz de una aplicación o programa de ordenador); el diseño o apariencia gráfica de una campaña de publicidad...</i></p> | <p>Diseño industrial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los diseños industriales en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los diseños industriales (renovación y pago de tasas, vigilancia de solicitud de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo ejercicio de los propios). |

SERVICIOS CREATIVOS PARA PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

| Publicidad | Diseño gráfico | Industrias de la lengua | Música, AAEE, AAVV para empresas |
|---|----------------|----------------------------|--|
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| Grado global de cumplimiento | | | |
| | | | Cumplimiento medio |

3.7.- Análisis y grado de cumplimiento del segmento “Servicios creativos para la innovación en otras industrias”

| SERVICIOS CREATIVOS PARA LA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS | | | |
|--|---|---|--|
| Gestión y mediación cultural | Diseño (servicios, arquitectura) | Videojuegos y contenidos digitales | |
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger las obras literarias, artísticas, científicas o demás creaciones o frutos del intelecto susceptibles de generar derechos de propiedad intelectual.</p> <p>Necesidad de dotar a tales creaciones de seguridad en el tráfico jurídico y económico (nacional e internacional).</p> <p>Necesidad de proteger las nuevas formas de creación y las nuevas obras y soportes (dificultades).</p> | <p><i>Obras literarias (guión, storyboard, trama, personajes...); obras artísticas (diseño gráfico, interfaz); obras audiovisuales (cinemáticas, videos); fotografía; sonido (composiciones musicales propias, banda sonora...); obras derivadas (adaptaciones, traducciones, secuelas, precuelas, sagas...); programación (software, manuales, documentación preparatoria...).</i></p> | <p>Derechos de autor</p> <p>Derechos conexos</p> <p>Diseño industrial</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción de los derechos de PI en el Registro de la Propiedad Intelectual. Dificultad en España para obtener registro completo y unitario de un videojuego. Necesidad de registrar, de forma separada, los derechos literarios (guión, storyboard, trama, etc.), la parte artística (diseño gráfico, interfaz), la obra audiovisual (cinemáticas, textos), el sonido (composiciones musicales propias o de terceros), la programación (software), etc. ✓ Gestión de los derechos remuneratorios a través de Entidades de Gestión Colectiva. ✓ Mecanismos de protección en orden a la transmisión y trazabilidad de los derechos (contratos, cesiones, licencias...). |
| <p>Necesidad de proteger los signos distintivos usualmente utilizados en el tráfico económico y jurídico.</p> <p>Necesidad de dotar a los signos distintivos de un marco de protección que permita asimilar el signo o representación a los bienes, productos o servicios prestados o fabricados.</p> <p>Mejora de la visibilidad del sector.</p> <p>Necesidad de internacionalización de las empresas vascas y especialización en mercados.</p> | <p><i>Marcas o nombres comerciales de un producto o servicio que ha adquirido relevancia en el mercado o que se quiere distinguir; marcas o nombres comerciales de un videojuego, una saga, una consola, un personaje, un género; marcas o nombres comerciales de empresas desarrolladoras, creadores, distribuidores, fabricantes...</i></p> | <p>Marcas y nombres comerciales</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los signos distintivos en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO, OMPI). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los signos distintivos (uso efectivo, trámites de renovación y vigilancia de solicitudes de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo uso). ✓ Vocación de internacionalización: optar por registro de signos distintivos y logos a nivel supranacional para operar con seguridad en mercados europeos o internacionales. |
| <p>Uso de la innovación (tecnológica y no tecnológica) como única vía de supervivencia del sector.</p> | <p><i>Inventiones que implican cierto grado de actividad inventiva. Nuevas formas de</i></p> | <p>Patentes y modelos de utilidad</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención y registro (nacional, europea, internacional). ✓ Mantenimiento de los derechos (explotación efectiva, |

SERVICIOS CREATIVOS PARA LA INNOVACIÓN EN OTRAS INDUSTRIAS

| Gestión y mediación cultural | Diseño (servicios, arquitectura) | | Videojuegos y contenidos digitales |
|--|--|----------------------------|--|
| Principales necesidades y retos identificados | Ejemplos | Instrumentos legales de PI | Acciones recomendadas para cumplimiento óptimo |
| <p>Necesidad de proteger jurídicamente y en el tráfico económico y comercial esas nuevas invenciones, procesos, aplicaciones, etc.</p> <p>Necesidad de internacionalización de las empresas vascas y especialización en el mercado final para la apertura de nuevos mercados.</p> <p>Necesidad de ofrecer nuevos servicios especializados para apoyar en los servicios de innovación.</p> | <p><i>obtención de ingresos, nuevas clases de productos o servicios; nuevos procesos de producción o negocio; proyectos de innovación en desarrollo de tecnologías o metodologías.</i></p> <p><i>Una nueva videoconsola, un nuevo motor gráfico, una nueva tecnología de producción o de juego; modelos de utilidad sobre productos o servicios ya existentes</i></p> <p><i>Información sobre el proceso de diseño del videojuego, las novedades en cuanto a la organización empresarial, nuevas técnicas aplicadas...</i></p> | Secretos empresariales | <p>pago de anualidades).</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Secreto y confidencialidad de la información (NDAs). ✓ Medidas de seguridad (físicas y jurídicas). ✓ Vocación de internacionalización: optar por registros supranacionales; obtención o concesión de licencias o cesiones en ámbito supraestatal. ✓ Acuerdos o contratos mercantiles con empresas de otros sectores y otros agentes. Necesidad de proteger las creaciones o invenciones propias. Posibilidad de acordar licencias, cesiones de derechos... |
| <p>Necesidad de impulsar nuevos modelos de negocio que se basen en la utilización de nuevos materiales, nuevos diseños, innovaciones visuales y gráficas...</p> | <p><i>El diseño o apariencia de una carátula de un videojuego; el diseño, apariencia o interfaz de una videoconsola; mediación, diseño de labs, gaming para formación, etc.)</i></p> | Diseño industrial | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción y registro de los diseños industriales en los registros oficiales correspondientes (OEPM, EUIPO). ✓ Mantenimiento de los derechos sobre los diseños industriales (renovación y pago de tasas, vigilancia de solicitud de inscripción de derechos de terceros que pudieran perturbar el efectivo ejercicio de los propios). |
| <p>Necesidad de obtener certidumbre y seguridad jurídica sobre la cesión y uso de derechos de imagen de personas físicas.</p> <p>Evitación de posibles conflictos o controversias jurídicas ocasionadas por la falta de cesión de derechos de imagen o su incorrecta obtención.</p> | <p><i>Derechos de imagen en caso de utilización de personas físicas como referencia para su programación o digitalización, empleo de voz en caso de doblajes, empleo de nombres de personas físicas reales...</i></p> | Derechos de imagen | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención de autorización de los titulares de los derechos de imagen. ✓ Respeto a sus derechos de honor, intimidad y protección de datos. |

Grado global de cumplimiento



Cumplimiento bajo

IV. Conclusiones

Una vez realizada la comparativa entre el estado actual de las ICCs vascas y el cumplimiento óptimo en materia de gestión de intangibles, es tiempo de definir, mediante estas conclusiones, los diferentes objetivos y prioridades que deben ser tomados en consideración en el marco del propósito de mejora de la gestión de las ICCs vascas en materia de la protección de sus intangibles, y que se determinan según la información obtenida del análisis realizado en los puntos anteriores.

Así, en las próximas líneas, se realizará una síntesis de los principales objetivos y prioridades, divididos en un total de cuatro.

4.1.- Primer objetivo: sensibilizar y formar a las ICCs en materia de protección y tutela de intangibles

El primer objetivo general, como premisa para el cumplimiento del resto, consiste en poner a disposición de las ICCs toda la información necesaria para que estas conozcan, primero, los distintos activos intangibles que son generados con la actividad de las distintas industrias, después, su valor como activo patrimonial y la necesidad de una correcta protección y gestión de los mismos, y, por último, los medios disponibles para alcanzar los niveles máximos de protección y adecuación en la gestión referida. Toda esta información se enmarcará en un proceso de formación y comprensión general de los derechos y principios de la propiedad intelectual e industrial.

Para la gestión de derechos de cualquier bien, ya sea en su ámbito de protección originaria o en orden a su comercialización y explotación, es necesario disponer de toda la información y características del mismo, particularmente de su naturaleza, derechos o cargas. En el caso de los derechos de propiedad intelectual e industrial, es preciso conocer las características de los mismos en función de su naturaleza concreta, los requisitos y límites que se establecen legalmente en relación a su comercialización, así como las diferentes fórmulas que son utilizadas en el sector para la transmisión de los derechos patrimoniales.

Y bien, con motivo de la necesidad de conocer la referida información para ejecutar una eficiente gestión, las ICCs deben contar con una política de gestión de activos de propiedad intelectual e industrial que prevea los distintos escenarios y las opciones más ventajosas, y con garantías óptimas, para asegurar la cadena de cesión de derechos, en términos de seguridad jurídica y de rentabilidad para las partes, de manera que ello redunde en la obtención de una máxima rentabilidad en la explotación de los derechos.

Además, la información que debe trasladarse debe ser diferente en función de los distintos niveles de necesidad y los sujetos destinatarios. Esto es así porque la materia relativa a la gestión de derechos de propiedad intelectual e industrial goza de una temática básica o de carácter general, y cuyo conocimiento se presenta imprescindible para alcanzar unos mínimos niveles generales de adecuación en su gestión, pero también hay materias más específicas que se relacionan con determinados subsectores de las ICCs por el tipo de bienes intangibles que generan y la forma en

que se gestiona su comercialización (por ejemplo, la industria audiovisual o musical). Además, y en relación con este extremo, es importante que las acciones de sensibilización y formación se dirijan a los agentes profesionales de los diferentes subsectores para evitar y ayudar a hacer frente, en su caso, a los potenciales conflictos de intereses que pudieran surgir en las negociaciones relacionadas con la comercialización de sus respectivos intangibles.

Por otro lado, el hecho de que los activos intangibles se encuentren correctamente protegidos y gestionados, no impide que los mismos puedan verse lesionados por acciones de terceros. Por ello, el aseguramiento de la obtención de una máxima rentabilidad de los derechos también implica una correcta acción de defensa de los mismos frente a infracciones de terceros por utilizaciones o explotaciones no permitidas; en este sentido, resulta esencial conocer los supuestos en los que se produce la lesión de derechos y las vías de defensa disponibles.

En conclusión, el objetivo general relativo a sensibilizar sobre la gestión de los derechos patrimoniales de los activos intangibles de las ICCs, implica la consecución de otros dos objetivos específicos:

| | Objetivos | Relevancia |
|--------------------|--|-------------------|
| Generales | Sensibilizar sobre la gestión de los derechos patrimoniales de los activos intangibles de las ICCs | Alta |
| Específicos | Disponer de una política de gestión de activos de propiedad intelectual e industrial específica diseñada de acuerdo a la naturaleza de este tipo de bienes a nivel general y por subsectores | Alta |
| | Formar técnicamente a las ICCs en relación a las acciones de defensa que en derecho se ofrecen a consecuencia de la infracción por parte de terceros de los derechos de propiedad intelectual e industrial | Alta |

4.2.- Segundo objetivo: dotar a las ICCs de herramientas para la correcta gestión de sus activos intangibles

Como ya se ha indicado, asegurar la tenencia y explotación pacífica de los derechos es el punto de partida del/de la titular de derechos de cualquier naturaleza, y en el caso de los bienes intangibles, también; y debe partirse del hecho de que proteger legalmente los activos y sus derechos, así como disponer y aplicar una correcta estrategia de transmisión de derechos en el marco de su explotación, son acciones que se presentan imprescindibles.

En este sentido, el segundo objetivo general de este Proyecto consiste en dotar a las ICCs de medios, herramientas, e instrumentos necesarios para posibilitar la protección efectiva y la gestión adecuada de cada uno de los activos intangibles de las ICCs. Gracias a estos recursos (junto con las acciones de sensibilización y formación que se han descrito como objetivo principal), las ICCs podrán comprender los derechos de la propiedad intelectual e industrial y la importancia de su correcta gestión en tanto en cuanto los activos intangibles que generan las ICCs representan un activo patrimonial; después, estarán en disposición de identificar en cada caso los distintos activos intangibles y los derechos que de ellos se derivan o pueden derivarse y garantizar su protección, tanto desde el momento de la creación u origen, como cuando se comercializa con los mismos.

Efectivamente, debe diferenciarse la utilización de los recursos dependiendo de si estamos ante i) el momento de la creación u origen de los activos intangibles o ii) en el momento en que estos se comercializan. Así, en el primer caso deben utilizarse instrumentos de identificación y clasificación de los diferentes activos intangibles y las herramientas que facilitan información sobre los mecanismos administrativos disponibles a favor de los interesados al objeto de, o bien generar una prueba cualificada sobre la autoría de la obra concreta (propiedad intelectual), o bien otorgar la adquisición del título de que se trate (propiedad industrial). Por su parte, en el segundo caso (comercialización de los derechos), las herramientas deben consistir en una serie de medios e instrumentos puestos a disposición de las ICCs para asegurar la correcta transmisión de los derechos, y esto se relaciona con el objetivo tercero siguiente.

Todo ello desemboca en una protección legal que posibilita y garantiza la tenencia y disposición de los derechos que del activo intangible se desprenden, ya sea de contenido moral o económico o patrimonial, y en términos de un uso pacífico.

Como se ha podido observar, este objetivo general relativo a dotar a las ICCs de herramientas para la correcta gestión de sus activos intangibles, implica la consecución previa de objetivos específicos:

| Objetivos | | Relevancia |
|--------------------|--|-------------|
| Generales | Dotar de herramientas que sirvan para la gestión de los activos intangibles de las ICCs para asegurar una tenencia y la explotación pacífica | Alta |
| Específicos | Dotar de herramientas que faciliten la protección de los activos intangibles desde su creación | Alta |
| | Dotar de herramientas que faciliten la protección de los activos intangibles en el momento de su comercialización | Alta |

4.3.- Tercer objetivo: dotar a los sectores de una correcta estrategia de transmisión y adquisición de derechos para conseguir una explotación pacífica en el sector

Según se ha expuesto en varios apartados de este Informe, las ICCs se clasifican en función de sus segmentos estratégicos (cultura en vivo, transmedia, manufactura de diseño, servicios creativos de hábitat y construcción, de publicidad y comunicación, y de innovación en otras industrias) y los diferentes subsectores (artes escénicas, artes visuales, artes plásticas, patrimonio cultural, música, audiovisual, contenidos digitales, libros, artesanía, moda, diseño industrial, arquitectura, publicidad, software, videojuegos, etc).

Pues bien, en este sentido, una vez disponga la generalidad de las ICCs de los conocimientos básicos generales en materia de gestión de propiedad intelectual e industrial, la formación debe focalizarse según la necesidad de cada grupo de sujetos, para dotar a cada comunidad de agentes intervinientes de una estrategia de gestión que garantice la correcta cadena de derechos en orden a su transmisión y adquisición en su segmento estratégico o subsector.

Además, se debe prever, en orden a garantizar el buen funcionamiento del mercado concreto de que se trate, una política de gestión de activos entre agentes profesionales o competidores de cada subsector con el objetivo de alcanzar el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva que contribuya a favorecer la relación entre los agentes, así como a obtener beneficios económicos más eficientes.

En virtud de lo expuesto, el objetivo general referido a dotar a los sectores de una correcta estrategia de transmisión y adquisición de derechos para conseguir una explotación pacífica en el sector, implica la consecución previa de los objetivos específicos:

| Objetivos | | Relevancia |
|--------------------|---|-------------------|
| Generales | Dotar a los sectores de una correcta estrategia de transmisión y adquisición de derechos para conseguir una explotación pacífica en el sector | Alta |
| Específicos | Disponer de una correcta estrategia de transmisión y adquisición de derechos dirigida a los segmentos estratégicos y subsectores | Alta |
| | Disponer de una correcta estrategia de transmisión y adquisición de derechos dirigida a los agentes profesionales de los subsectores | Alta |

4.4.- Cuarto objetivo: poner en valor la gestión del patrimonio intangible como pilar de las ICCs

Como objetivo último se persigue la puesta en valor de la gestión del patrimonio intangible de las ICCs como pilar de las mismas. Efectivamente, el conocimiento y comprensión general (y específico) de los derechos de propiedad intelectual e industrial, y la tenencia y uso efectivo de las herramientas y recursos que permiten la aplicación de una correcta estrategia para la gestión de los activos intangibles, desemboca necesariamente en la realidad de la puesta en valor por parte de las diferentes ICCs del significado de la gestión de los activos intangibles, en tanto en cuando estos representan un patrimonio muy relevante que, correctamente gestionado, ofrece un incremento en los beneficios derivados de la explotación de la actividad de las ICCs.

A medida que se vaya conociendo e incrementando el valor de la gestión de los activos intangibles, mejores serán los resultados de su explotación, y esto redundará inevitablemente en la obtención de unos beneficios económicos más eficientes.

En este sentido, una buena gestión de los activos intangibles en el sector de las ICCs tiene un claro efecto positivo a nivel general de la comunidad, pues se producen beneficios en favor de i) las ICCs, que no encontrarán más limitaciones que las propias (dependiendo su éxito de su esfuerzo y capacidad, sin intervenir factores ajenos), ii) del acervo cultural general, que se verá incrementado, y que tendrá mayor capacidad competitiva tanto a nivel nacional como internacional y iii) de los consumidores, que dispondrán de una oferta más variada, de mejor precio y calidad.

Este objetivo general desencadena en el cumplimiento de los fines últimos de una correcta gestión, a saber:

| Objetivo y fines | | Relevancia |
|----------------------|--|-------------|
| General | Puesta en valor de la gestión del patrimonio intangible como pilar de las ICCs | Alta |
| Fines últimos | Mejorar los beneficios de explotación de los activos | Alta |
| | Mejorar el acervo cultural general | Alta |

Expuesto lo anterior, en base al análisis realizado, se han determinado las desviaciones de cumplimiento en materia de propiedad intelectual de las ICC del tejido empresarial vasco, y en este sentido, se concluye que el grado general de cumplimiento en materia de gestión es bajo-medio, presentándose la conveniencia objetiva de otorgar medios a las ICCs para cambiar esta realidad. En definitiva, la gestión que a nivel general se está realizando por las ICCs necesita de la adopción e implantación de medidas que ayuden a su mejora y desarrollo, con el fin último de garantizar el cumplimiento de la normativa de propiedad intelectual y/o industrial y del resto de derechos, así como de una explotación económica eficiente.