



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

**LA INDUSTRIA DE LA MODA EN ECUADOR: PROTECCION
LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

AUTOR(A): Pinargote Zambrano Scarlet Geanella

TUTOR: Dr. Israel Cruz Marte. PhD.

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y
BIENESTAR**

CARRERA DE DERECHO

Manta, 2023

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaración de autoría

El trabajo de grado denominado “LA INDUSTRIA DE LA MODA EN ECUADOR: PROTECCIÓN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL” ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de proyecto de grado en mención.



Scarlet Geanella Pinargote Zambrano
C.I 1750804369

CERTIFICADO DE TUTOR

| | | |
|---|--|------------------------------|
|  UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ | NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A). | CÓDIGO: PAT-01-F-010 |
| | PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO. | REVISIÓN: 1 Página 1 de 1 |

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho Y Bienestar, de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación bajo la autoría de la estudiante **SCARLET GEANELLA PINARGOTE ZAMBRANO**, estudiante de la carrera de Derecho, período académico 2021-2024, cumpliendo el total 384 horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es "**La industria de la moda en Ecuador: protección legal de la propiedad intelectual**".

El mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 21 de junio de 2024.

Lo certifico,



Dr. Israel Cruz Marte. PhD.

Docente Tutor(a)

Contenido

| | |
|---|------|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | ii |
| CERTIFICADO DE TUTOR | iii |
| RESUMEN | viii |
| ABSTRACT | ix |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO 1 | 2 |
| EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN | 2 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.2 OBJETIVOS | 3 |
| 1.2.1 GENERAL | 3 |
| 1.2.2 ESPECÍFICOS | 3 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 4 |
| CAPITULO II | 5 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 5 |
| 2.1 ANTECEDENTES | 5 |
| 2.2 LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LA ACTUALIDAD: GENERALIDADES ... | 6 |
| 2.3 IMPACTO AMBIENTAL DE LA MODA | 7 |
| 2.4 IMPACTO DE LA APROPIACIÓN CULTURAL EN LA MODA | 8 |
| 2.4.1 ASUNTO LOEWE | 10 |
| 2.5 LA MODA COMO SECTOR ESTRATÉGICO DE ECONOMÍA EN EL MUNDO | 11 |

| | |
|--|----|
| 2.5.1 LA INDUSTRIA DE LA MODA COMO GENERADOR DE EMPLEO | 13 |
| 2.5.2 CONDICIONES LABORALES DE LOS TRABAJADORES DE LA INDUSTRIA DE LA MODA..... | 13 |
| 2.6. LA MODA COMO OBJETO JURÍDICO | 15 |
| 2.7 DERECHO DE LA MODA | 16 |
| 2.8. SITUACIÓN DEL DERECHO DE LA MODA EN ECUADOR | 17 |
| CAPITULO III..... | 18 |
| MARCO LEGAL | 18 |
| 3.1. PROPIEDAD INTELECTUAL | 18 |
| 3.2 DERECHOS DE AUTOR PARA DISEÑOS NO REGISTRADOS | 23 |
| 3.3 PROPIEDAD INDUSTRIAL | 25 |
| 3.3.1 REGISTRO DE MARCA | 26 |
| 3.3.2 DISEÑO INDUSTRIAL | 30 |
| 3.4 RESPONSABILIDAD PENAL COMO CONSECUENCIA DE PIRATERÍA Y FALSIFICACIÓN EN LA INDUSTRIA DE LA MODA | 32 |
| 3.5 EFECTIVIDAD DE LOS MECANISMOS PARA LA PROTECCIÓN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL..... | 35 |
| CAPITULO IV | 36 |
| 4. MARCO METODOLÓGICO | 36 |
| 4.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN | 36 |
| 4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN..... | 37 |
| 4.2.1 DESCRIPTIVA | 37 |
| 4.3 MÉTODOS | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3.1 MÉTODO BIBLIOGRÁFICO | 37 |
| 4.3.2 MÉTODO DEDUCTIVO | 37 |
| 4.4 TÉCNICAS..... | 37 |
| 4.5 HERRAMIENTAS..... | 37 |
| CONCLUSIONES: | 37 |
| RECOMENDACIONES: | 38 |
| Bibliografía..... | 40 |

AGRADECIMIENTOS

Este título llevará mi nombre pero es de mis padres, por ser quienes me llevaron de la mano desde mi primer paso. A ellos todo.

A mi madre, porque nadie me ha entendido tanto, por jamás marcharte, por ser mi abrazo cuando siento el alma cansada, no me alcanzaría la vida para compensarte todos los años que me has dedicado, eres la mujer de mis sueños, mi hogar.

A mi padre, por haber creído en mí desde el primer segundo, por amarme de la forma más noble, por ser el ángel que respalda todo mi camino, me enseñaste a vivir mi vida sin dañar a nadie, agradezco a Dios que seas mi padre.

RESUMEN

Consciente de la necesidad de abordar los desafíos actuales y futuros de la industria de la moda, esta tesis investiga la eficacia del marco legal en la protección de derechos de propiedad intelectual en una industria que crece a pasos agigantados dentro del mercado comercial nacional e internacional. Muchos de los problemas que enfrenta esta industria nacen del desconocimiento del diseñador sobre como respaldar sus obras, la limitada información y el casi inexistente apoyo del Estado limitan el avance de la moda local. Se evalúa la importancia de efectivizar mecanismos de sostenibilidad ambiental que permitan a la industria un crecimiento que se sostenga de un ambiente sano. Se destaca que el cambio hacia una efectiva protección de la industria debe darse desde las manos que cosen una prenda y no desde la prenda como tal, es por esto que se resalta la transparencia que debe de llevar la industria a fin de salvaguardar los derechos e intereses de todo aquel que esté detrás de una marca. Además el análisis de las leyes y regulaciones penitentes examina el impacto que tiene la falta de especificación legal en las grandes empresas, en los diseñadores locales en desarrollo y en las comunidades de nuestro país, y recalca la importancia de una industria más consciente de sus derechos, que genere un ambiente más seguro para el creador y que consecuentemente existan más beneficios comerciales que permitan a Ecuador ganarse una mejor posición dentro del sector textil.

Palabras clave: Propiedad Intelectual, Industria de la Moda, derecho, creaciones, originalidad, diseñadores.

ABSTRACT

Aware of the need to address the current and future challenges of the fashion industry, this thesis investigates the effectiveness of the legal framework in the protection of intellectual property rights in an industry that is growing by leaps and bounds within the national and international commercial market. Many of the problems faced by this industry arise from the designer's lack of knowledge about how to support their works, the limited information and the almost non-existent support from the State limit the advancement of local fashion. The importance of implementing environmental sustainability mechanisms that allow the industry to grow through a healthy environment is evaluated. It is highlighted that the change towards effective protection of the industry must occur from the hands that sew a garment and not from the garment as such, which is why the transparency that the industry must have in order to safeguard the rights and interests of everyone who is behind a brand. Furthermore, the analysis of penitent laws and regulations examines the impact that the lack of legal specification has on large companies, on local designers in development and on the communities of our country, and emphasizes the importance of an industry more aware of its rights. , which generates a safer environment for the creator and consequently there are more commercial benefits that allow Ecuador to gain a better position within the textile sector.

Keywords: Intellectual Property, Fashion Industry, law, creations, originality, designers.

INTRODUCCIÓN

La industria de la moda en Ecuador es un sector que ha crecido a pasos gigantescos en los últimos años, enfocándose en la creación de diseños de moda, fabricación de prendas de vestir, accesorios y demás textiles. La amplia gama de actividades que implica la han convertido en una industria que se hace presente en esferas tanto sociales como económicas, lo que la convierte en un objeto de estudio que necesita seguridad jurídica, de esta necesidad nace el derecho de la moda, una especialización que busca proteger cada creación de la piratería o la falsificación. Sin lugar a duda, al ser nueva dentro del derecho necesita desarrollarse y codificarse, por lo que es preciso adaptar las leyes de propiedad intelectual a las particularidades del mundo de la moda. Debe destacarse que aun con la existencia de una ley que vela los por derechos de la propiedad intelectual en nuestro país, su alcance y eficacia son cuestionables, especialmente al hablar de diseños no registrados y de las responsabilidades penales previstas dentro del Código Orgánico Integral Penal (en adelante COIP), más tratándose de empresas de producción masiva.

Partiendo de lo anterior, hemos separado este trabajo en cuatro capítulos. En el Capítulo I identificamos el problema que nos llevará a la investigación, su planteamiento, el objetivo general y los específicos. Por su parte, el Capítulo II aborda el marco teórico, antecedentes, generalidades de la industria de la moda, su impacto económico, ambiental y cultural; además como método práctico para el entendimiento examinamos el caso LOEWE. En lo que concierne al estudio del ordenamiento jurídico, acuerdos y convenios, la responsabilidad penal detrás de la piratería, la efectividad de los mecanismos de protección de la propiedad intelectual y un breve análisis de la protección intelectual en Europa, que se desarrollan en el Capítulo III; y, para finalizar, presentamos en el Capítulo IV la metodología, que describe los procesos de la investigación con los que hemos llevado a cabo este proyecto ya realizado. Finalmente presentaremos las conclusiones, recomendaciones y lista de fuentes bibliográficas.

Cabe añadir también que el tipo de investigación escogida es la cualitativa, porque pretendemos analizar y teorizar todo el entramado jurídico que envuelve la industria de la moda especialmente en Ecuador, así como diversas posturas de doctrinarios e instituciones que vienen realizando sus aportes al tema. De vez en cuando haremos uso de datos estadísticos para afianzar el conocimiento, por lo que en casos muy puntuales la investigación derivará en cuantitativa. Por lo demás, los métodos que emplearemos serán el analítico y descriptivo.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La industria de la moda en Ecuador ha crecido significativamente en los últimos años, logrando convertirse en un sector imprescindible para la economía del país, sin embargo, a pesar de los millones de dólares que produce este sector, la protección legal de la propiedad intelectual de las creaciones enfrenta desafíos significativos, la falta de un marco normativo sólido, eficaz y adaptado a las particularidades de la moda pone en riesgo la innovación, la creatividad y la competitividad de los diseñadores y empresas del sector.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la protección de los derechos de la propiedad intelectual en la industria de la moda en Ecuador?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Analizar los derechos de propiedad intelectual en Ecuador en la industria de la moda, a fin de abordar las deficiencias y los desafíos que presentan los diseñadores sobre la protección legal de sus creaciones.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Investigar la situación actual de la industria de la moda en Ecuador, abordando los aspectos económicos, sociales y ambientales.
- Examinar la falta de seguridad jurídica en la industria de la moda por violación de la propiedad intelectual
- Identificar condiciones laborales de los trabajadores de la industria de la moda.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La decisión de estudiar “La Protección Jurídica de la Propiedad Intelectual en la Industria de la Moda en el Ecuador” surge de la necesidad imperante de esclarecer los desafíos que enfrenta el sector textil en el país. El presente estudio pretende identificar las falencias en los aspectos legales y comprender las complejidades que enfrentan los diseñadores y empresas de moda en el Ecuador, evaluando los beneficios y obstáculos de los derechos de propiedad intelectual, con el objetivo de ofrecer soluciones prácticas y contribuir a un entorno legal más favorable para la protección de la propiedad intelectual en la industria de la moda, a fin de cerrar la brecha entre la demanda dinámica de la industria de la moda en Ecuador y la legislación vigente. Lo anterior favorece la creación un marco regulatorio más eficaz que proteja la esencia creativa y también que sea ético para apoyar el desarrollo sostenible y competitivo de este importante sector económico, por lo que deben abordarse conjuntamente cuestiones adicionales como los impactos ambientales y las condiciones laborales, para ampliar la comprensión de los desafíos que enfrenta la industria. Es fundamental el estudio del tema para entender como la correcta implementación de las leyes de propiedad intelectual se vuelve indispensable para evitar la vulneración de los derechos y contribuir al desarrollo del sector.

En efecto la industria de la moda demanda establecer una protección jurídica a cada creación de la industria que llene las expectativas de los diseñadores, logrando así que se sientan seguros sobre sus creaciones, protegiendo su esencia creativa y todo lo que sus innovaciones transmiten, la moda siempre mira hacia adelante, es una evolución constante que busca estilos y nuevas tendencias, partiendo de esas premisas la investigación de la industria de la moda en Ecuador es relevante para conocer cuáles son los mecanismos que aseguran la protección de una obra.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Las prendas de moda nacen de la necesidad del ser humano de protegerse de los factores climáticos y estéticos, se crearon direccionadas hacia la comodidad y la protección del consumidor, estas evolucionan en la medida que va cambiando la sociedad, en este sentido, aunque para unas personas puede parecer menos relevante, para otras se convierte en una parte esencial de su vida que busca transmitir una identidad. En lo que respecta, la moda es uno de los artilugios de la identidad de género, dado a que permite deliberar el género con el que se identifica una persona, además, como otras esencialidades también permite expresar los estados de ánimo y encajar en ciertos entornos.

La moda se va adaptando a las nuevas costumbres y tradiciones y es tan antigua como la aparición de los *homo sapiens*, quienes se vestían en un inicio con pequeños trapos de tela, a los que, con el paso del tiempo buscaron darle variedad de formas. La moda inicia en el momento en el que una minoría desea imitar lo que ve, por lo que la moda es un lenguaje que transmite sexo, edad, clase social, e incluso la profesión, personalidad, gustos u opiniones de una persona. (Tobón, s.f.)

Por tanto, la moda pasa de ser un tema trivial para convertirse en la forma en la que una persona muestra su identidad y podría explicarse como estilos de vestimentas que está en cambios reiteradamente, la moda se produce y en masas y se consume igual (La moda europea a través de los siglos , s. f.). Es así como desde el punto de vista del sociólogo Georg Simmel (1986), la moda se define como un fenómeno social que permite a una persona expresar su individualidad y adaptarse a la sociedad. Esta opinión va en la línea con la planteada por Alison Lurie, quien señala que “el lenguaje del vestido trata de decirnos una verdad por lo que no es posible permanecer en silencio” (Lurie, 2013); de modo que detrás de cada vestimenta de un individuo existe un diálogo sostenido entre la moda y las sociedades.

Finalmente en el siglo XIV se empezó a tener un concepto sobre la moda, desde ahí se fueron creando numerosos estilos y tendencias que se imponen en la sociedad y que buscan transmitir el quiénes somos o el cómo nos sentimos.

A lo largo de los años la industria de la moda ha abarcado una amplia gama de actividades, desde la creación de diseños de moda hasta la fabricación de prendas de vestir, accesorios y demás textiles. Este sector no se limita a la producción de prendas de vestir, sino que también incluye la comercialización, distribución y promoción de productos relacionados con el mundo de la moda.

Hoy en día, con un mundo cada vez más inmerso en las redes sociales y la tecnología, las personas creamos las necesidades a raíz de lo que vemos en otras personas. De este modo, globalmente la moda es uno de los sectores más demandados puesto que la mayoría de las personas vivimos constantemente buscando vernos bien vestidos, por esta razón, la industria comprende que todo lo que consumimos es por inclinación a la tendencia la cual nos hace entender, que es una necesidad creada y no una necesidad básica.

2.2 LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LA ACTUALIDAD: GENERALIDADES

La industria de la moda es la creatividad e innovación plasmados en prendas de vestir, pasa por constantes cambios lo que la convierte un fenómeno transcendente, puesto que crea tendencias en cada nueva temporada que movilizan grandes masas en busca de una prenda que reflejen lo que queremos expresar, ya sea la cultura o el espacio social al que pertenecemos.

Una de las características más importantes de la industria es el dinamismo, para Pérez Cortes (2004) “la industria de la moda es el fruto de una indagación previa que luego conduce a la generación de ideas creadores”. Partiendo de ese punto, Natalia Tobón (s.f.) cree que los productos de moda se categorizan de la siguiente manera:

- a) Alta costura: Refiere a la moda creada para un cliente específico, que cumple con los estándares impuestos por la Chambre Syndicale de la Couture, como por ejemplo las marcas Hermes, Dior, Fendi.
- b) Moda lista para llevar: No se diseña para clientes específicos pero usa cortes y diseños de calidad; la ropa se confecciona en cantidades pequeñas, lo que asevera que sean de uso exclusivo, la ropa es mostrada en pasarela y suele hacerse presente dos veces al año, algunas tiendas dedicadas a esta categoría son ValentinoReuters y AlexanderMacQueenReauters

c) Mercado de masas: La moda “pública”, donde los pertenecientes a la industria de la moda generan sus creaciones en base a la temporada y el estilo vigente como las tiendas Shein y H&M.

Sin embargo, la categorización en la actualidad está distorsionándose, ya que en el intento de incluirse dentro del nuevo sistema de compra de la actual generación las marcas más prestigiosas comienzan a colaborar con las líneas del mercado de masas, es así que por ejemplo, Karl Lagerfeld, diseñador de Chanel, creó una línea de moda masiva y la ofreció a la tienda H&M, la facilidad de adquirir un pieza de lujo a un cómodo precio hizo que todo se agotará muy rápido. (ELLE, 2020) . Las grandes empresas tienen que adaptarse al cambio de una sociedad que no duda en mezclar un bolso Hermes con un pantalón de Zara debido a que hoy en día cada persona crea su propio estilo en base a lo que le gusta, esto es la consecuencia de una era digital, en la que una empresa con buen contenido de venta nos inspira a ver sus prendas como una necesidad.

El cambio en el comportamiento humano influye directamente en la moda, las redes sociales generan conflicto en las personas que cada vez se sienten más presionadas a un tipo de belleza que nos brinde una buena posición ante el resto, por lo que, ahora las empresas de moda buscan más cercanía al consumidor y lo hacen por lo general, a través de influencers que puedan dar voz a una empresa generando empatía.

En el país la industria textil representa el 0,8% del PIB de forma general, este número suele ascender o descender debido a las circunstancias nacionales, Ecuador tiene actualmente una nueva generación de diseñadores tales como Gustavo Moscoso, Denisse Cabrera, Florencia Dávalos, entre otros, que han ido cavando su posición en el mercado nacional e internacional, y hasta el momento sus innovaciones reflejan la diversidad cultural y la capacidad de crear que hay en el país.

2.3 IMPACTO AMBIENTAL DE LA MODA

Es de conocimiento general que el mundo atraviesa enormes desafíos ambientales, cada día las dificultades de vida del planeta crecen más, es por esto que las grandes empresas de todo el mundo están buscando alternativas de ventas más sostenibles, además, tras la injerencia de las redes sociales en el mundo, los daños a la fauna, así como la explotación a los recursos naturales del mundo son cada vez más evidentes. Las redes sociales se han vuelto el porta voz de la tierra, poniendo en evidencia toda la contaminación que ocasiona la industria de la moda,

puesto que la producción masiva de prendas de vestir conlleva un alto costo ambiental, desde el agotamiento de recursos naturales hasta la generación de residuos provocando la contaminación del agua y el aire debido al uso frecuente de productos químicos nocivos para el planeta.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) alegó que para producir un par de pantalones de vestir se necesitan más de 7.500 litros de agua, posicionando a la moda como la industria más contaminante del mundo, siendo la industria responsable del 20% de desperdicio de agua en el mundo (2019). Esta cantidad es alarmante frente a un mundo con condiciones ambientales lamentables, por lo tanto, implementar políticas medioambientales es imperativo para mitigar el impacto negativo de la moda en los recursos que aún nos quedan, en este sentido, la protección debería iniciar en el recurso que permite crear una prenda y después en la prenda como producto final.

La moda ecológica es una alternativa que ayudaría al Ecuador a surgir mundialmente en el mundo de la moda, debería promoverse la promoción de moda circular que permita el reciclaje de textiles. Ecuador es un país rico en recursos naturales como el agua, la fibra de café, el algodón, entre otros, que favorecen a las maquinarias que se utilizan en la industria textil, el correcto manejo de estos recursos generaría una moda más sustentable a la vez que brinda un valor agregado a la industria del país, puesto que actualmente la moda enfocada a la vanguardia llama la atención del mercado internacional.

2.4 IMPACTO DE LA APROPIACIÓN CULTURAL EN LA MODA

En términos generales, el impacto cultural hace referencia a la influencia que tiene una actividad en la cultura de una sociedad, en la moda este impacto se evidencia en determinados estilos de vestir y decoración que la mantienen en constante cambio.

Desde la mirada de Enrique Ortega Burgos (2020), la apropiación cultural es un tema que genera controversia dentro de una industria creativa con una naturaleza que supone como válida la posibilidad de inspirarse en un diseño existente para crear un nuevo y original. No obstante, aunque la creatividad en la moda implica la inspiración en otros diseños hay preocupación cuando se incorporan elementos de expresiones culturales de comunidades que son desfavorecidas, sin el establecimiento de límites claros, lejos de regular esta práctica y asumir la responsabilidad de la inspiración, se han encontrado argumentos que justifiquen su aprovechamiento.

Por ejemplo, en México, el Instituto Oaxaqueño de las artesanías alzó la voz en contra de la diseñadora australiana Pippa Hotl por apropiación cultural en diseños denominados “Kaftans”, que son identificados como “Huipiles” en México, mismos que forman parte de su cultura. La marca australiana tras la pronunciación de México tuvo que retirar todos los artículos de la tienda y pidió disculpas, este caso ocurrió en 2021 y dejó en evidencia la falta de reglamentación adecuada que ponga fin a las mismas premisas practicadas a través de los años, para hacer necesario el consentimiento del autor de la obra a fin de encontrar una solución práctica a la explotación, que permita la coexistencia de derechos de diversos autores en un mismo diseño, no obstante, ¿es posible un beneficio económico que favorezca a todos los artesanos?

Para Clifford Geertz la cultura es un conjunto de significados compartidos que guía el comportamiento del ser humano (Geertz, 1973) por tanto, surge de la de la interacción de un grupo social. Entonces, aunque es factible legalizar las transacciones entre los diseñadores y las prendas que son reconocidas como una expresión de la cultura, atribuir autoría a los artesanos de forma individual no se ajusta a su esencia, puesto que, un artesano que posee el derecho natural de una reproducción puede ser identificado, pero el autor en una prenda de expresión cultural es colectivo, no hay forma de individualizarlo, de lo contrario, se abriría una brecha en la comunidad indígena donde uno cuantos tendrán acceso a las colaboraciones y el beneficio económico correspondiente a todos se verá diluido.

A manera de protección a las creaciones tradicionales de nuestro país el artículo 322 de la Constitución de la República del Ecuador prohíbe “toda forma de apropiación de conocimientos colectivos”, esto significa que no se permite a los individuos adueñarse indebidamente de los conocimientos que pertenecen a una comunidad en su conjunto. Para la autora Kawamura a menudo los diseños o símbolos culturales son apropiados por grandes empresas de moda y los convierten en tendencias a nivel mundial sin respetar su trasfondo cultural (Kawamura, 2005).

Dentro de la moda, podemos ejemplificar el postulado anterior de la siguiente forma:

Una comunidad indígena de Ecuador, tiene técnicas y conocimientos colectivos que se han transmitido de generación en generación, por lo que ya forman parte de su cultura patrimonio, ahora bien, las comunidades indígenas suelen dedicarse a mostrar a sus visitantes sus saberes ancestrales, una empresa dedicada a la moda puede visitar la comunidad, aprende

técnicas de tejido para luego fabricar prendas haciendo uso de esas técnicas y comercializándolas en el mercado internacional, sin reconocer a la comunidad como la creadora de esta técnica, debido a esta problemática la Constitución de la República prohíbe la apropiación de conocimientos colectivos.

En el mismo sentido, María Eugenia Ulfe expresa que la moda es una expresión cultural fácilmente vulnerable en los países con diversidad cultural (Ulfe, 2007). Ecuador es un país caracterizado por ser pluricultural y la moda por si sola es una forma de expresión que genera desafíos en una sociedad que busca proteger sus saberes. Nuestra cultura recuerda quienes somos y la esencia de la creatividad del ecuatoriano en cada prenda proviene de la misma, esta circunstancia nos permite entender la necesidad de la protección de la creatividad local ante las marcas extranjeras.

Las empresas de moda deberían invertir más tiempo en revisar sus diseños para asegurarse de que sean culturalmente sensibles y éticos. El establecer una diferencia clara entre la inspiración y la apropiación es clave para prevenir que grandes industrias irrespeten la propiedad intelectual de una prenda significativa de cultura.

2.4.1 ASUNTO LOEWE

Ecuador es un país caracterizado por su maravillosa cultura, en el ámbito textil siempre se ha destacado por sus prendas caracterizadas por figuras ataviadas con ponchos y sombreros, elaborados en telares artesanales por medio de tejidos, estos diseños son íconos andinos y se confeccionan en la ciudad de Otavalo para luego ser comercializados por todo el país.

En 2018, la empresa de moda Loewe, radicada en España incorporó en su colección una serie de blusas y estampados idénticos a los confeccionados en Otavalo, a raíz de la salida de la nueva colección Jonathan Anderson, director creativo de la marca brindó una entrevista a la revista Vogue, mencionando que la inspiración para la colección se encontró en diferentes lugares del mundo, sin embargo, no mencionó a Ecuador (Extra, s.f.), este acto fue catalogado como plagio y apropiación cultural y fue objeto de críticas para muchos diseñadores, el caso generó controversia y puso a flote la delgada línea entre la inspiración y la apropiación.

Para el fotógrafo de moda Saúl Endara (2017), la inspiración existe cuando hay un proceso de transformación en un diseño y al no haber existido tal dentro de los diseños de la marca española denunció la copia protagonizada por Loewe.

Fue Joshe Ordoñez, diseñadora de Cuenca quien realizó una petición pública a través del medio Charge.org, en la que exigía a la marca española se respetara los derechos de los pueblos indígenas ecuatorianos y aseguró que el acto de apropiación constituyó un delito y subrayó la importancia de una disculpa pública y un reconocimiento a la cultura ecuatoriana, esta petición fue respaldada por 5.000 personas aproximadamente y trascendió las fronteras, siendo así que la cuenta dedicada a denunciar copias en el mundo de la moda de manera internacional Diet Prada, condenó este acto e hizo un llamado a firmar la petición de Ordoñez.

La línea jamás reconoció su origen, y jamás hubo disculpas de su parte, este es uno de los miles de casos que nos muestran como la apropiación de la cultura ha irrumpido en la industria a tal punto que muchos artesanos ya lo han tomado como algo común. En un país donde las etnias han sido oprimidas por grupos hegemónicos la toma de diseños sin autorización es algo que no los sorprende.

En Ecuador, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), tiene como objetivo proteger la cultura de conocimientos y técnicas tradicionales de los pueblos, que son aspectos intangibles del patrimonio pero deja de lado la materialidad del producto, este y más factores han hecho que la concepción de lo tradicional y cultural no haya sido respetada, sobre todo por industrias manufacturas que han querido aprovecharse del conocimiento o expresión de varias culturas de diferentes países, (Cedia, 2023). El asunto Loewe es uno de los tantos casos que dejan a vista de todos la delgada línea entre la inspiración y la apropiación y su colección es hasta el día de hoy considerada un saqueo a la identidad ecuatoriana.

2.5 LA MODA COMO SECTOR ESTRATÉGICO DE ECONOMÍA EN EL MUNDO

Para hablar de moda jurídicamente es substancial analizar la moda como una industria activa económicamente, hoy en día, la moda es uno de los reglones más importantes de la economía global. Desde la perspectiva de Scott la moda tiene un efecto multiplicador en otros sectores industriales como la publicidad, el turismo y mass media (Scott, 2006).

Como se indicó la industria de la moda es un negocio que está en constante evolución, cambia a medida en lo que lo hace la sociedad, adaptándose a ella mediante nuevas tendencias y fomentando constantemente nuevos estilos fruto de la reinención constante, la industria de la moda es gigantesca y bastante rentable para aquellas empresas

con capacidad de adaptación a la evolución de la sociedad digital creando nuevos hábitos de consumo y más facilidades de compras digitales.

Las necesidades de la sociedad obligan a las empresas a invertir en nuevas estrategias online, de modo que es común que nuestras redes sociales se llenen de publicidad de empresas de ropa, en la actualidad, muchos de los emprendedores de venta al por menor relacionados a la industria no cuentan con tiendas físicas, sino más bien con catálogos online, páginas de Instagram o TikTok en los que hacen publicaciones ofreciendo su mercadería, en esa línea, Philip Kotler expone que las empresas tienen que actualizar su sistema de ventas a la era digital incluyendo estrategias de marketing en redes sociales y facilidades de comercio electrónico para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores (Kotler, Setiawan , & Kartajaya, 2016).

Cabe decir que para que una industria con ganancias tan exuberantes haya podido adaptarse se ha visto obligada a realizar miles de acuerdos comerciales, así como regulaciones aduaneras y arancelarias, a fin de facilitar las compras al consumidor.

El sector textil ocupa a día de hoy en cuarto lugar dentro de las industrias que más exportan, se centra en 2 factorías, el sector textil de lujo y low cost. Para definir el sector textil de lujo referenciaremos a los autores Vincent Bastien y Jean- Noel Kapferer quien exponen que resumen su definición en seis características: calidad, precio elevado, estética, ancestralidad, superfluidad y escasez (Bastien & Kapferer, 2012), por otro lado George Sproles expone que el Low Cost aprovecha la tendencia cambiante de la moda para capitalizar este fenómeno y ofrecer productos que imiten las últimas tendencias a precios accesibles para el consumidor (Sproles, 1981).

Ambos que se encuentran en una constante competencia de precios, lo que irremediamente agrega más presión en ambos escenarios puesto que tras la aparición del fast fashion y low cost los individuos se vuelven más exigentes a la hora de comprar ropa textil de lujo porque buscan siempre ofertas. Actualmente es sumamente fácil encontrar gran variedad de prendas idénticas por un precio mucho más bajo, las personas en su mayoría ya no buscan ropa ni accesorios caros y con mucha durabilidad, sino más bien adoptar un estilo más contemporáneo, aun sabiendo que el tiempo de vida de la ropa o accesorios low cost suele ser corto.

En Ecuador, los principales medios de distribución de prendas textiles son las tiendas minorista, multitiendas, centros comerciales, outlets, supermercados, y el canal online, este último ha experimentado un notorio crecimiento debido al posicionamiento de

la tecnología en nuestras vidas, en 2020 las ventas e-commerce alcanzaron los 2.300 millones de dólares, esto debido a las restricciones de la pandemia, según un estudio del mercado realizado por el Ices la industria textil ecuatoriana indica que en un país con 17,6 millones de habitantes genera 3.365 millones de dólares cada año, esto según lo expresado por el banco mundial en 2020, estos ingresos van desde los diseñadores y modelos hasta trabajadores en la fábrica y las ventas de marcas al por menor, según lo expresado en 2020 por el banco central del Ecuador, el mercado textil representa el 5,9% del PIB de todas las industrias y como se mencionó con anterioridad de forma general nacional la industria representa un 0,8% del PIB (ICEX, 2021).

2.5.1 LA INDUSTRIA DE LA MODA COMO GENERADOR DE EMPLEO

Más allá de ser un fenómeno estético, el empleo dentro de la moda incluye numerosos procesos productivos, que van desde el cultivo y transformación del algodón, elastano y demás fibras hasta la propia confección. Cabe agregar que no solo se genera empleo dentro de las grandes cadenas donde una inmensidad de personas trabajan cada día en la confección, sino también favorece al micro y mediano emprendedor dedicados a volver más fácil el proceso de compra del consumidor.

En ese mismo contexto la industria de la moda emplea a más de 60 millones de personas en todo el mundo (Cámara Madrid, 2023) .Además, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), solo en el Ecuador el sector genera 158.000 empleos directos, facilitando formas de surgir dentro de la industria en un país que pretende reducir el índice de desempleo.

Por tanto, la moda mucho más allá de ser una forma de expresar el arte o un fenómeno cultural, es un motor de empleo para los ecuatorianos, porque detrás de cada prenda mostrada en las pasarelas de grandes marcas existe una red de personas que trabajan día a día en cada diseño, por lo que, debemos implementar vías que engrandezcan la industria de nuestro país, para consecuentemente generar más oportunidades laborales por efecto dominó.

2.5.2 CONDICIONES LABORALES DE LOS TRABAJADORES DE LA INDUSTRIA DE LA MODA

El derecho laboral se ampara en la Constitución de la República, que contiene los principios y garantías que el trabajador necesita para brindar relaciones laborales favorables, estos principios se tratan en el artículo 326 donde se promueve la protección de los trabajadores,

la libertad sindical y la resolución pacífica de los conflictos laborales, sustentándose en los principios que reflejen un enfoque progresista hacia toda relación laboral.

La imposición cada vez más grande de la moda rápida en el mundo hizo que muchos los trabajadores denunciaran que ganaban menos de dos dólares con una jornada laboral de 12 a 15 horas al día y condicionando su pago solo si terminaban la prenda, así mismo, tampoco brindaban, derecho a vacaciones, a ausentarse por enfermedad ni a abogar por sus derechos, para Doug Miller el crecimiento de la moda rápida genera presión en las empresas para producir rápidamente y bajo costo y consecuentemente lleva a la explotación laboral (Miller, 2013). La situación empeoró tras el COVID-19, donde muchas empresas despidieron a trabajadores debido al confinamiento y sus consecuencias en las ventas, luego volvieron a contratarlos aun con peores condiciones, con más intimidación a fin de acelerar el proceso de producción. Aun con la existencia de mecanismos para denunciar este tipo de abusos, muchas veces los trabajadores se ven presionados a seguir laborando de esta forma por miedo a perder su única fuente de ingresos.

Esta problemática internacional genera que miles de organizaciones se levanten exigiendo una legislación que garantice salarios dignos para el sector textil, dentro de nuestro país es necesario implementar más leyes que protejan al trabajador del sector textil, garantizando salarios dignos. En la percepción del doctor Américo Plá Rodríguez (2015) “El derecho del trabajo surgió como consecuencia de que la libertad de contratación entre personas con desigual poder y resistencia económica conducía a distintas formas de explotación. Inclusive las más abusivas e inicuas” (pág. 25).

En Ecuador, el INEC destacó que el 80% del personal ocupado en la industria textil son obreros, en su mayoría mujeres, mayormente de población rural, esto ocasiona que la percepción de un futuro de trabajo sea negativa al predominar el factor discriminatorio. Por ende, el mercado no ha logrado adaptarse a distintas necesidades del trabajador, y a pesar de que ha conseguido una visibilidad económica global el sector no parecer ser visible ante la política pública. En este sentido, los marcos legales tanto nacionales como internacionales se vuelven cruciales a la hora de proteger al trabajador y la promoción de prácticas laborales, justas, éticas y transparentes debe ser esencial para el desarrollo del sector.

El sector textil dentro del derecho convive mayormente con normas del derecho privado, sin embargo, al ser un sector inmenso algunas normas del derecho público se hacen necesarias, para evitar caer en la explotación laboral. Por ejemplo empresas como “Zara”

dedicada al fast fashion han sido objeto de críticas por las supuestas condiciones precarias en las que mantienen a los trabajadores en sus fábricas resididas en países en desarrollo como India, Bangladesh, Turquía entre otros, una investigación llevada a cabo por el diario británico “The Guardian” dio a conocer que algunas marcas de ropa entre las que se encuentra Zara posicionan sus fábricas de producción en estos países a través de subcontratistas, en India ofrecen un salario de 55 dólares mensuales con jornadas laborales de más de 15 horas diarias (The Guardian, 2021), este pago va en contra del mínimo aprobado por la ley debido a que en 2020 en India la prestación por carestía aumento a casi 5 dólares, al respecto según datos de Worker Consortium (WRC) desde abril del mismo año hasta el 2021 la empresa no pagó el salario mínimo estipulado a cerca de 400.000 empleados, argumentando que el Ministerio de trabajo y empleo suspendió este incremento, sin embargo, en septiembre del mismo año, el tribunal superior de Karnataka en la India dictaminó que esta suspensión era ilegal, dejando en evidencia la vulneración a los derechos del trabajador y posicionando al sector textil como el único en la India que no cumple con una orden judicial (WRC , 2024).

Es preocupante ver como algunas empresas, en aras de maximizar las ganancias y reducir los costos de producción optan por explotar a los trabajadores a cambio de un salario extremadamente bajo, la explotación laboral no solo atenta contra los derechos humanos, también perpetúa un ciclo de pobreza y desigualdad. El tomar acciones individuales eligiendo marcas éticas y apoyando iniciativas de transparencia en la industria contribuye a promover el respeto a los derechos laborales.

2.6. LA MODA COMO OBJETO JURÍDICO

La moda abarca una amplia gama de aspectos que pueden ser objeto de una regulación legal, en ese sentido la protección de su propiedad intelectual se complementa con la implicación de varias áreas del derecho. En ese sentido, el derecho mercantil, laboral, administrativo, penal y la propiedad industrial se interconectan para garantizar el éxito de la industria.

En primer lugar, el derecho mercantil puesto que al tratarse de una industria su injerencia es inevitable, lo vamos a encontrar desde el inicio de la constitución de una empresa y se conecta con la comercialización y la producción. El mismo va de la mano con el derecho administrativo que regula las relaciones de la industria con el Estado como trámites, permisos y licencias necesarias para el desarrollo de la actividad industrial. Por su parte, la propiedad industrial, que se encarga de regular las patentes, el registro de marca, el diseño industrial y

otros elementos distintivos de las creaciones asegurando al creador exclusividad sobre la explotación comercial de sus diseños.

Por otra parte, el derecho laboral garantiza el bienestar social de los trabajadores subordinados que están presentes en cada etapa de producción y comercialización, incluyendo también a los trabajadores indirectos, De esta forma brindará garantías a los trabajadores una labor ética, trazable, transparente y digna.

De igual importancia el derecho penal, concretamente porque los diseñadores invierten tiempo y dinero en la creación diseños únicos que pueden ser fácilmente copiados o falsificados; dado que existe una delgada línea entre la inspiración y la infracción la protección de los elementos no funcionales es sin duda hacen necesaria esta rama. Por lo tanto, el derecho penal sanciona la competencia desleal puesto que atenta contra la propiedad intelectual.

Finalmente nuestra jurisprudencia, al amparo de los derechos intelectuales ha creado la figura de la propiedad intelectual, que específicamente en la industria de la moda, busca proteger el diseño de cada prenda, el estampado, las técnicas aplicadas y la marca a la que pertenece. Es importante destacar que la importancia de la protección de la industria no se reduce a la ropa, además a fin de garantizar un correcto proceso de producción debe asegurarse su cumplimiento con las leyes medioambientales y laborales.

2.7 DERECHO DE LA MODA

El derecho de la moda es una especialización dentro de la industria de la moda, es relativamente nueva, su inicio se remonta al año 2005, en Estados Unidos, donde Susan Escafidi impulsó esta nueva disciplina del derecho. Surgió a partir de una división por industrias, y pretende normar el sector textil

El derecho de moda resulta ser bastante complejo porque es cambiante, lo que hoy le parece bien a un consumidor, puede tornarse despreciable en la siguiente temporada obligando así al creador a innovar. Del mismo modo, debe adaptar la prenda a cada patrón del cuerpo, respetando normas estandarizadas nacionales e internacionales, además, la falta de un modelo legal uniforme en diversos países hace difícil que lo que es protegido nacionalmente, lo sea internacionalmente.

Para Inés María Baldeón, el derecho de moda es un área profesional que refiere a aspectos concretos como el registro de marca, el diseño industrial, formalización de contratos y licencias, relaciones con influencers, e-commerce y demás (Baldeón, 2018).

El eje rector del derecho de la moda es la propiedad intelectual, y como consecuencia, debido a que la industria de la moda posee bienes intangibles naturalmente vamos a encontrar estos derechos de propiedad intelectual en cualquiera de las negociaciones.

En Ecuador, a nivel legislativo no se le presta la atención necesaria a la industria de la moda, por lo que, esta especialización busca es fortalecer, impulsar e incentivar la innovación dentro de la misma y generar valor para los consumidores.

Erróneamente, el ejercicio del derecho nos ha hecho creer que el derecho se debe a sí mismo y no a los usuarios de servicios legales, esta idea ha generado que muchos abogados no puedan explicar a sus clientes en términos coloquiales lo que sucede con sus haberes. El derecho de la moda se adapta a la situación cambiante de la sociedad, y carece de formalidad a la que están acostumbrados los abogados del país. Dentro de la industria de la moda el exceso de instrumentos legales solo provoca fracturas en las relaciones comerciales que son el pilar fundamental de la industria; para que funcione este modelo deben evitarse relaciones comerciales con complicaciones. Un abogado especializado debe conocer de cada negociación que pueda realizarse en la industria, como funciona la industria de la moda en Ecuador y cuáles son las ventajas y desventajas a las que se enfrenta y debe saber que defiende una industria fascinante pero a la vez informal.

2.8. SITUACIÓN DEL DERECHO DE LA MODA EN ECUADOR

Actualmente Ecuador no es un país mundialmente reconocido por su protección a los derechos intelectuales puesto que a pesar de su continua adaptación a las necesidades de los creadores buscando garantizar el uso, goce y disposición de sus creaciones siguen presentándose situaciones que vulneran los derechos. La piratería es un problema significativo en nuestro país pues esta actividad ilícita es visible a todos nosotros cada día.

Respecto a la industria textil, es común para los ciudadanos presenciar venta de prendas falsificadas, esto ha llevado a la limitación en la creación y ha mermado las fuentes de trabajo del sector dado que beneficia a los distribuidores y vendedores de ropa falsificada que obtienen una ganancia mayor a la invertida a costa del esfuerzo de la creación de otra persona. De modo que los diseñadores se cuestionan si realmente vale la pena crear un diseño y registrarlo considerando el panorama al que se enfrenta. Para entender la situación actual de la industria moda en el país, es importante analizar cuáles son las fortalezas y debilidades que afronta la industria y como la misma se ve envuelta en los cambios de la sociedad.

Ecuador cuenta con gran potencial dentro de la industria de la moda puesto que los diseñadores de moda tienen un alto poder de innovación por ejemplo el manejo del algodón, la confección del cuero, esto junto con las facilidades de acceso al marketing a través de sectores de comunicación y de internet, logran mayor crecimiento en redes sociales en empresas grandes y pequeñas. Además, la dolarización permite estabilidad económica en la industria respecto a lo que no pasamos por la constante devaluación de moneda, la abundancia de recursos en Ecuador como los mencionados con anterioridad la fibra de café, agua o algodón pueden ser usados para la innovación de productos. Sin duda, la cultura ecuatoriana es muy diversa, y ofrece al diseñador una fuente inagotable de inspiración.

A pesar de sus fortalezas la industria de la moda puede enfrentarse a debilidades. Falta de conocimiento de los diseñadores en crecimiento sobre las formas de protección de sus diseños y la tendencia repetitiva y clásica en la elaboración de diseños son factores que vulneran a los diseñadores ante la piratería o falsificación. También la falta de aportaciones en los procesos y la tecnología en el país es desfavorable ya que la moda ecuatoriana encuentra sus mejoras en las aportaciones internacionales. Finalmente la ignorancia de la asesoría gratuita de parte del gobierno sobre el correcto desarrollo de empresas y los altos costos para la protección de una marca en Ecuador.

El abordaje de estas debilidades y la correcta capitalización de las fortalezas serán cruciales para un crecimiento competitivo significativo en la industria en el país, a fin de promover prácticas sostenibles dentro de la industria la una correcta intersección de las leyes ecuatorianas y la industria de la moda es vital. Además, las entidades correspondientes deberían implementar programas de capacitación sobre el tema y brindar mayores facilidades a las empresas para acceder a préstamos con tasas de interés favorables para que lleven a cabo sus proyectos, un enfoque más consciente logrará mayores aportes económicos de la industria en el país.

CAPITULO III

MARCO LEGAL

3.1. PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual son los derechos legales que resultan de una actividad intelectual en los campos industrial, literario, científico y artístico, permiten al autor tener el control sobre las creaciones y obtener beneficios económicos (Bainbridge, 2014), por tanto

refiere a la protección de un producto del intelecto humano y concede a los autores un derecho temporal para excluir a terceros de la apropiación de conocimiento generado por ellos. La propiedad intelectual reconoce como objetos susceptibles de protección los derechos de autor y la propiedad industrial.

En un sentido jurídico la propiedad intelectual es todo bien protegido por las leyes que establezcan su protección, esto implica que cualquier producción no recogida por la legislación no pueda ser considerada propiedad intelectual. La Constitución de la República del Ecuador, en el Art. 321 instauro “se reconoce y se garantiza el derecho a la propiedad en forma pública, privada y demás”. En Ecuador el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, creatividad e innovación (en adelante Código Ingenios) otorga importancia al intelecto humano que hace uso de su ingenio para crear, estableciendo garantías de derecho que se adecuen a la actividad creativa dentro del mercado, más aun en casos de las grandes industrias, como lo es la moda, donde la producción es masiva, en ese sentido es que “La Propiedad Intelectual se ha convertido en un elemento clave en el negocio de la moda y ha contribuido al crecimiento del negocio” (Baños, 2022).

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (en adelante OMPI) relaciona la propiedad intelectual con las creaciones de la mente, de modo que si esta se usa en el comercio debe estar sujeta a protección (OMPI, 2020), así que la propiedad intelectual es un derecho que adquiere una persona sobre su creación, lo cual brinda un control para su uso y los derechos económicos que corresponda (UNIR, 2023).

En Ecuador, la protección de los diseños de moda se basa principalmente en el Código de Ingenios, los diseños pueden ser protegidos como obras de arte aplicado, siempre y cuando cumplan con requisitos de originalidad y creatividad, sin embargo, la protección legal de su propiedad intelectual es un desafío constante dado que nos encontramos frente a una naturaleza efímera y cambiante. El autor Rafael Rojina Villegas (1983) señala que solo son objeto de protección los bienes materiales, por lo tanto, no se puede otorgar posesión exclusiva a un bien que no sea material puesto que no constituye una forma de propiedad.

El doctor Medina David (1998) sobre el derecho intelectual menciona que “se entiende el conjunto de normas que regulan las prerrogativas y beneficios que las leyes reconocen y establecen en favor de los autores y de sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales.”. Cabe agregar que con el crecimiento del comercio

electrónico y facilidad para compartir información en línea, los diseños de moda son más vulnerables a la réplica y la duplicación en todo el mundo sin el consentimiento del diseñador original.

Igualmente los autores Kal Rustiala y Cristopher Sprigman expresan que a pesar de que la moda ha sobrevivido a la falta una protección eficiente para los diseños el comercio electrónico angustia a la industria pues es más fácil copiar y vender diseños de moda (Raustiala & Sprigman, 2006), esta percepción plantea dudas sobre si los mecanismos de protección de los derechos intelectuales pueden ser efectivos contra la piratería, la imitación y la falsificación. La realización de operaciones públicas o privadas de telecomunicaciones, fundamentalmente a través de internet facilitan actividades que sacan provecho de una creación sin pagar sus contraprestaciones, es por esto que nuestro sistema legal debe acoger regulaciones que se adapten a esta nueva forma de comercio.

Además de los mecanismos mencionados, es importante para un país integrar convenios internacionales a su legislación que velen la seguridad jurídica de un creador, por ejemplo, el Convenio de Berna firmado en 1886 por varios países del mundo, fue creado a fin de generar respeto a los derechos de autor en todo el mundo, antes de este convenio la legislación sobre estos derechos era meramente territorial, esta característica vulneraba la protección de las obras al país donde se publicaba debido a la facilidad de copiar y comercializar la creación en otro estado sin restricción alguna. Para Adrian Johns antes de la creación del convenio las leyes de propiedad intelectual eran fragmentadas y la piratería y falsificación muy comunes (Johns, 2009). De forma que, este convenio nace a fin de garantizar la protección intelectual fuera de un territorio nacional, establece lapsos máximo determinados para la protección de obras a fin de facilitar la cooperación entre los países signatarios buscando reciprocidad de protección entre los países hacia las obras creativas.

El convenio de Berna, se estableció a fin de proteger las obras literarias y artísticas, y busca garantizar la protección de los derechos de autor de manera uniforme en todo el mundo, es de hecho, el primer acuerdo internacional que representa los derechos exclusivos que el creador posee en sus obras, su importancia reside en la necesidad de establecer un marco jurídico global que proteja la propiedad intelectual, es tan importante que a día de hoy, más de 160 países lo han ratificado e implementado en su legislación.

En tal sentido, el mismo se funda en los siguientes principios (OMPI):

Principio de trato nacional: Garantiza a todos los autores que aquellas obras creadas en un país no se vean menoscabados cuando se difunda internacionalmente, asegurando un trato equitativo, que respalde sus derechos, asegurando protección en el territorio nacional y en los demás estados contratantes.

Principio de protección automática: Entiende que para hacer válida la protección de una creación no es necesario el cumplimiento de formalidades, o dicho de otra forma, no se hace obligación registrarla para que la misma goce de protección.

Principio de la independencia de la protección: establece que los derechos de autor de una obra no se vean afectados por la ausencia de protección legal en el país donde se creó en un inicio, por lo que los creadores tendrán seguridad jurídica sobre los derechos de sus creaciones en cualquier país.

El artículo 2 del convenio especifica que deben estar sujetas de protección legal “todas las producciones en el campo literario, científico y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión.” (Convenio de Berna para protección de obras , 1992, pág. 1), en efecto, es un hito en la protección de la propiedad intelectual ya que garantiza la igualdad de trato para los creadores en el ámbito internacional y establece los estándares mínimos esenciales para la protección de las obras.

No obstante, el autor Paul Goldstein discute que a pesar de las garantías que brinda el gobierno es necesario que el mismo sea actualizado a fin de adaptarlo a las realidades del entorno social (Goldstein, 2003), por tanto, al estar en un entorno en donde las fronteras nacionales son menos relevantes dada la facilidad de la distribución de artículos a través de plataforma globales es necesario adaptar el convenio a fin de garantizar la efectividad de la protección de la propiedad intelectual en la actualidad.

Al mismo tiempo, el Acuerdo para la protección de Derechos de Propiedad Intelectual sobre Diseños Industriales (en adelante acuerdo ADPIC) ha dado un giro al panorama de la moda en Ecuador. Se firmó en 1994 y brindó a los diseñadores ecuatorianos un mecanismo para proteger sus diseños debido a que tras la entrada en vigor del Acuerdo de ADPIC se establecieron estándares mínimos de protección de marcas, diseños industriales y derechos de autor. Así pues, este marco restrictivo obliga al país a fortalecer su marco legal e institucional sobre los derechos intelectuales.

Lo anterior se refleja en la creación de una entidad que reconozca a la propiedad intelectual como un derecho Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (en adelante SENADI) antiguamente conocido como el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). La SENADI es la encargada de fomentar el uso correcto de la propiedad intelectual. No obstante el Ecuador al ser un país en vías de desarrollo y por tanto con alta concentración de pequeños comerciantes que desconocen la gravedad de la venta de diseños falsificados (Correa, 2007), en una entidad pública con escaso presupuesto la SENADI enfrenta desafíos para garantizar la protección de derechos. El irrespeto a los derechos de propiedad intelectual no es siempre intencionado, mucho menos en los pequeños negocios, la realidad es que esta problemática nace de un escaso conocimiento sobre la necesidad de una autorización de uso a fin de protegerse de otras marcas. Cabe decir que en Ecuador el registro ante el SENADI es costoso, esto junto a la falta de recursos para formalizarse genera brechas en la propiedad intelectual.

En efecto, a pesar de las oportunidades que brinda el acuerdo ADPIC su implementación presenta desafíos pues los países en desarrollo reflejan una percepción de que la protección legal de la propiedad intelectual es insuficiente pues presentan dificultades para adaptar sus sistemas legales a los estándares del acuerdo, por ejemplo, la piratería y la falsificación no han logrado ser correctamente abordadas por el sistema legal de Ecuador, esto sugiere que aun encontrándonos frente a un acuerdo restrictivo los estándares siguen siendo insuficientes.

La creación origina la protección, muestra un bien que debe ser protegido, puesto que al producir una innovación adquirimos derechos de uso y reducimos la posibilidad de que terceros recurran a la imitación o falsificación de la misma, de igual forma Richard Posner afirma que la protección de la propiedad intelectual a través de derechos exclusivos es una importante herramienta económica para promover la creación y difusión de nuevas ideas y tecnologías y reducir la posibilidad de imitación y falsificación (Posner, 2009).

. Para asegurar la protección de los derechos por creación, se han implementado medidas administrativas y judiciales que garanticen el cumplimiento de la ley nacional y de los tratados internacionales, respecto a esto, el código de ingenios establece medidas para promover el comercio, la competencia y el legítimo uso de productos o materiales protegidos por derechos de propiedad intelectual.

Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente, la implementación efectiva del marco legal sobre los derechos intelectuales es cuestionable en nuestro país. Al respecto, el

experto Alfredo Corral argumenta que el Código de Ingenios está más enfocado en estructuras ideológicas que en la protección efectiva de los derechos de propiedad intelectual, por tanto al ser un sistema neoliberal beneficia más a las empresas multinacionales en lugar de incentivar la creación nacional (Corral, 2017). Siendo así, la mejor muestra de falta de efectividad son los puntos de ventas de prendas falsificadas que abundan en el Ecuador.

3.2 DERECHOS DE AUTOR PARA DISEÑOS NO REGISTRADOS

Para la OMPI, el derecho de autor es una expresión jurídica que representa los derechos que son brindados a los creadores como garantía sobre la protección de sus obras artísticas, literarias y científicas (OMPI, 2020). Respecto a esto, la esencia del derecho de autor radica en el reconocimiento y protección de la creación intelectual individual, y parte de la capacidad creativa inherente del ser humano.

De este modo se entiende que para que un diseño de moda pueda ser protegidos mediante derechos de autor debe ser una obra que nazca del intelecto humano y que muestre una forma de expresarse. Para Susan Scafidi un diseño de moda puede ser considerado una forma de arte siempre que sean reflejo de originalidad, creatividad y una forma de expresar el arte del creador (Scafidi, 2005), de manera que un diseño de moda es considerado un arte cuando tenga las características de una obra intelectual que lo enmarquen en los derechos de autor sin que esto signifique que dejen de ser protegidos a través de la propiedad industrial.

Por tanto, para proteger la moda mediante los derechos de autor debe probarse que hubo una expresión de arte mediante un diseño de moda, el arte es la forma en la que los humanos comunicamos nuestros instintos, pensamientos, emociones y sentimientos. De acuerdo a Leon Tolsói “si una obra de arte es buena, el sentimiento, moral o inmoral, expresado por el artista, se transmite a los demás hombres. Si logra transmitirlo, y ellos lo sienten, sobran las explicaciones” (Tolstói, 1995). Entonces, el arte es la idea que el autor plasma en una obra reflejo de su intelecto artístico que transmite un pensamiento y permite expresar nuestras capacidades para crear.

Como se mencionó anteriormente, la moda es la creatividad e innovación plasmado en prendas de vestir, expresa una identidad y transmite quienes somos o como nos sentimos, característica que comparte con el arte puesto que ambos buscan reflejar originalidad y transmitir el sello personal del autor. De eso se desprende la moda protegida mediante derechos de autor, que busca proteger la forma en la que una idea se expresa.

En esa misma línea, Jeannie Suk y Scott Hemphill enfatizan que para que un diseño pueda ser protegido mediante derechos de autor la idea no debe ser abstracta, sino una expresión visible y tangible (Suk & Hemphill, 2010). De ahí que para que pueda ser objeto de protección debe ser necesariamente materializada, porque que la protección existe cuando una idea es visible y tangible, además, el derecho de autor no se centra en evaluar el valor estético de una prenda, pero si requiere que sea original y que tenga una contribución única y personal. No obstante, los derechos de autor no protegen el uso industrial o comercial de una prenda de moda por lo que no impiden que sea producida en masa o que sea comercializada en la industria, es decir, aunque el diseño artístico sea objeto de protección la prenda en sí misma como objeto práctico o utilitario no está protegido por los derechos de autor, su valor estético, su marca y los derechos de diseño industrial y otras características son protegidas por otras formas de propiedad intelectual. Respecto a esto El artículo 100 del Código de Ingenios establece que:

“Si una idea sólo tiene una forma única de expresión, dicha forma no quedará sujeta a protección. No son objeto de protección las ideas contenidas en las obras literarias y artísticas, el contenido ideológico o técnico de las obras científicas, ni su aprovechamiento industrial o comercial”.

El derecho de autor no es excluyente con obras que nos estén mencionadas, en referencia James Boyle argumenta que los derechos de autor deben ser inclusivos con muchas formas en la que una persona exprese su creatividad sin necesidad de registro, este enfoque es esencial dado que promueve la diversidad cultural y fomenta a los diseñadores a seguir creando (Boyle, 2008). Esto abre el camino a que sean protegidas un sinnúmero de obras que sean fruto de la creatividad humana, aunque aún no se encuentren registradas, en Ecuador al no existir una regulación para los diseños no registrados, los derechos de autor se convierten en una vía de protección.

En palabras de John S. McKeown, la protección de un diseño implica que una construcción creativa que sea es trivial y este materializado puesto que proporciona una base tangible sobre la cual se aplicara la protección (McKeown, 2010). Por tanto, para que un diseño sea objeto de protección debe ser original y estar materializado, ya sea mediante bocetos de prendas o la confección de la misma, como ejemplificación, si un diseñador crea un vestido con una serie de texturas y patrones que muestra algo nuevo dentro de la moda, que caracteriza su estilo único en la industria e ilustra un sello personal del creador, sin discriminar en función de su valor estético, será objeto de protección mediante derechos de autor.

Cabe mencionar que el derecho de autor es persistente y llega a durar hasta 70 años después de la muerte del autor, a pesar de ello no protege el uso industrial o comercial que se pueda hacer a un diseño, por tanto no impide que otra marca tome su trabajo como fuente de inspiración o que utilice ciertos elementos de una creación para diseños propios, es así que una vez puesto en el mercado por autorización del autor, este pierde el control sobre la distribución y comercialización del diseño, es decir, protege la expresión de la idea pero no la idea en sí y aunque se otorga automáticamente a partir de la expresión original de una idea, sin necesidad de registro, es recomendable el registro mediante la propiedad industrial puesto que, en caso iniciarse conflicto legal demostrar que somos autores de una obra y probar que nuestro diseño fue creado con anterioridad no es tan fácil sin la existencia de un registro.

3.3 PROPIEDAD INDUSTRIAL

Dentro de la industria de la moda, la propiedad industrial constituye una parte significativa detrás del éxito en la comercialización de productos, puesto que abarca la capacidad de influir en el cliente a través de los valores intangibles incorporados en el producto. El marco legal que protege estos aspectos lo constituye la propiedad industrial, para Llewellyn y Alpin este uno de los campos de estudio más importantes del derecho de la moda, puesto que es esencial para la competencia y el desarrollo económico del sector (Llewellyn & Alpin, 2023).

Sobre esto, el Convenio de París indica en su artículo 1.2 lo siguiente:

“La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal”

En ese sentido, la propiedad industrial refiere al uso exclusivo y temporal de creaciones o marcas distintivas en los productos o servicios. Como se describió en líneas anteriores, su ordenamiento jurídico está relacionado con la propiedad intelectual, pero se encarga exclusivamente de promover la competencia en un entorno de libertad y de lealtad, para Carlos Fernández su objetivo es promover un entorno de lealtad comercial para evitar que engaño al consumidor y una competencia equitativa entre los diseñadores (Fernández-Novoa, 2001). En este contexto, se establecen derechos exclusivos para el titular de la propiedad a fin de evitar la explotación sus creaciones y garantizar libre competencia.

En efecto, con esto entendemos que la propiedad industrial además de ser el puente para la protección de los derechos del creador ofrece incentivos para la protección y explotación comercial del producto, como formas de protección la propiedad industrial establece el registro de marcas, las patentes y el diseño industrial. Al establecer un marco legal que prioriza la creatividad y la innovación, el código puede incentivar a los diseñadores de moda a desarrollar nuevas ideas.

Ecuador actualmente es un país que consume tecnología en lugar de generar conocimiento, sobre esto, en un debate académico realizado por los estudiantes de la PUCE el experto Núñez Rocha dio a conocer que el 98% de las patentes del país son extranjeras (Rocha, 2015), esto limita la capacidad de los creadores de moda de proteger sus creaciones esto hace necesario que se ratifiquen ciertos convenios internacionales a fin de efectivizar la protección, actualmente Ecuador ha suscrito y ratificado varios tratados con la OMPI como la Convención de Roma, el tratado de Marrakech, el Convenio de Berna, entre otros, sin embargo haciendo uso pleno de las herramientas que ofrece el Código de Ingenios para proteger la propiedad industrial de la moda podría ratificarse otros convenios, por ejemplo, el Arreglo de La Haya, a fin de simplificar los procedimientos que permitan la protección de los diseños industriales en múltiples países, el Protocolo del Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, mejorando el sistema de registro internacional que surte efecto en todos los países suscritos al arreglo.

En tal sentido, aunque el Código Ingenios proporciona un marco que otorga protección de los diseños de moda la ratificación de los convenios mencionados es una vía que fortalecerá la efectividad de la protección que efectivice el desarrollo endógeno de la industria en el país para que los creadores de moda de nuestro país se desprendan de la tecnología extranjera y den oportunidad para que sus creaciones se expandan en el Ecuador.

3.3.1 REGISTRO DE MARCA

La marca, dentro de la protección legal de la industria de la moda es fundamental puesto que permite identificar el origen de un diseño, generando individualidad al producto que permita reconocer a su creador, a fin de que el consumidor conozca quién está detrás del producto que está consumiendo, por lo tanto, se entiende a la marca como aquella que brinda prestigio a un producto y que se vuelve de hecho la determinante por la que el consumidor elige una u otra. Philip Kotler describe una marca como un nombre, término, signo, símbolo, o

diseño, o una combinación de ellos, cuyo propósito es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los competidores (Kotler P. y., 2016)

Por ejemplo, para el consumidor no es lo mismo comprar una camiseta básica de la marca Fashion Nova, que comprar una marca representativa de lujo clásico como lo es Dior, por citar un ejemplo, el consumidor elige basado en su estilo de vida y la percepción de su estatus. Según Kevin Lane Keller la marca establece un vínculo emocional con el consumidor, por tanto permite elevar su precio (Lane, 2013) .En ese sentido, el prestigio o el reconocimiento de una marca permite elevar su precio, por lo que además de ser simbólico ser representante de un activo intangible y crucial para la venta de prendas de moda, proporciona un aumento en el valor de un producto que lleve su marca, siendo así la marca un factor determinante que indica posición. De esta forma, casi siempre la marca se convierte en un factor determinante para que el consumidor decida su compra, de ahí nace la necesidad del registro de marca, un derecho que permite al titular de un producto la protección de la esencia creativa.

En esa misma línea el artículo 359 del Código Ingenios entiende a la marca como cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios y brinda a los propietarios derecho exclusivo de utilizar y defender su marca contra imitaciones y malentendidos. Sin embargo, no todo signo es susceptible de ser registrado, al respecto la Comisión de la Comunidad andina en su decisión 486, en su artículo 134-A establece que los signos registrables son palabras, imágenes, logotipos, símbolos, sonidos, letras, un color delimitado por una forma inclusive una combinación de colores, además, la forma de los productos, sus envases o envolturas pueden también ser parte de una marca.

Por otro lado, el artículo 135 de la misma decisión indica que se excluye de registro a las marcas que carezcan de distintividad, los nombres genéricos, colores sin forma específica, signos que sean confusos, imitaciones de denominaciones de origen, signos de conformidad técnica, entre otros, de este modo, se busca garantizar la protección jurídica de una marca, a fin de evitar confusiones en el mercado y asegurar el cumplimiento de los estándares legales, a pesar de indicar los signos no registrables, se establece la posibilidad de que un signo adquiera distintividad a través del uso continuo que demuestre que la marca proporciona una distinción de los productos, además se establece que no se registrara una marca cuando cuyo signo sea igual o se asemeje al de un tercero.

En lo que respecta al registro de marca en Ecuador es necesario hacer una búsqueda de disponibilidad para constatar si tu marca requerida es susceptible de ser registrada. En nuestro país esta búsqueda fonética tiene un valor de 16 dólares americanos. Además de ello, registrar una marca en el SENADI demora de 12 a 15 meses, y tiene un valor de 208 dólares (con oportunidad de descuento en caso de ser emprendedor o artesano), una vez la marca esté registrada tiene una duración de 10 años renovables y solo es válido a nivel nacional. Como se describió en líneas anteriores el proceso de registro demora bastante, lo que contrapone al requerimiento de seguridad jurídica del creador, puesto que, en el SENADI se lleva meses realizar el examen de forma, la publicación de la misma gaceta (a fin de que las personas puedan conocer sobre el registro requerido y de ser necesario se opongan), el examen adicional y finalmente el certificado de registro, tiempo en el que la marca requerida a registrarse puede verse vulnerable.

El registro de marca evita demandas de un tercero que registre la marca por ti y te demande por sus derechos, en la industria de la moda donde la creatividad y la originalidad son fundamentales el registro es esencial para proteger la marca que representa a las prendas del creador, en otras palabras se asegura que su identidad corporativa este legalmente protegida, por lo que el registro más allá de darle posicionamiento, brinda seguridad jurídica al creador diferenciando a un creador del resto del mercado competitivo, sin embargo, un proceso tan extenso y con altos costos puede limitar a los diseñadores de moda sobre la protección legal de cada diseño.

Como se mencionó en líneas anteriores el registro de marca tiene una durabilidad de 10 años, a pesar de ser renovables, en un mercado muy dinámico el periodo puede ser relativamente corto. De acuerdo con la autora Susan Scadifi los costos adicionales y trámites repetitivos resulta una carga financiera y administrativa recurrente que puede llegar a cansar al titular (Scadifi, 2005). Por lo tanto, la falta de una protección a largo plazo puede dificultar las estrategias de la marca y la construcción de una identidad sólida en el mercado de la moda, en definitiva deben realizarse cambios legislativos que extiendan la duración del registro de marca a fin de brindar estabilidad al creador.

3.3.2 LA PATENTE

La Real Academia Española (en adelante RAE) define el término patente de invención como “documento en que oficialmente se le reconoce a alguien una invención y los derechos

que de ella se derivan”, dentro de la propiedad industrial, la patente es reconocida como una forma de protección jurídica a la parte técnica de una creación, brindando exclusividad de explotación a cambio de hacer público el conocimiento, caso contrario, si el creador mantuviese en secreto su invención, podría hacer uso exclusivo siempre y cuando no sea pública, por lo que esta creación carecería de una protección legal que la respalde ante el mundo.

La OMPI define a una patente como el derecho exclusivo que genera una invención, al ser representativa de reconocimiento, la patente otorga protección, debido a que impide el uso, fabricación, distribución o venta con fines comerciales sin la autorización del inventor (OMPI, s.f.), en este sentido, es él quien decidirá quién puede o no hacer uso de su invención patentada.

El jurista Ricardo Antequera expone que una patente es un derecho exclusivo que otorga un Estado al creador de un producto, por tanto busca impedir la falsificación o venta sin consentimiento (Antequera, 2006), de eso desprende que el objetivo de la patente es incentivar a que el creador comparta su creación con el mercado nacional e internacional a través del establecimiento de un marco legal que proteja la parte económica de un bien, y es de hecho, un derecho exclusivo de hacer uso de la invención que brinda el Estado por un tiempo limitado que suele ser de 20 años a cambio de divulgar la invención al público. Al ser exclusiva de uso, el titular puede impedir que otros fabriquen, vendan o importen la creación sin autorización en tanto dure la patente, una vez caducada, la creación pasa a ser de dominio público y será objeto de explotación de terceros.

El Código Ingenios en su artículo 267 considera que una creación será objeto de patentabilidad a todo producto o proceso que sea novedoso, tenga nivel de invención y pueda ser empleado en el mercado industrial, a fin de garantizar la novedad de una invención el artículo 269 establece que se considerará nueva si no está incluida en el estado de técnica, en otras palabras, no debe haber sido accesible al público antes de la presentación de la solicitud de la patente debido que el proceso de patentabilidad implica que las autoridades revisen la información pública y el contenido de solicitudes de patentes anteriores que se encuentren en trámite para asegurar que la solicitud no sea una reiteración de algo ya conocido.

Dentro de la industria de la moda, la patente brinda seguridad jurídica sobre un diseño para que el creador tenga derechos de exclusividad sobre el mismo, un diseñado patentado demuestra originalidad, lo que permite elevar su valor comercial, y, además, aunque suene contradictorio, la patente también tiene función de difundir el conocimiento puesto que el

proceso para patentar un proceso genera en el público conocimiento sobre las posibilidades de seguridad sobre la creación, de forma general la patente protege la parte técnica de una prenda que refiere a la construcción, materiales, ajuste y funcionalidad de la misma.

En Ecuador, el tiempo de duración de registro de una patente es de veinte años, contados desde la solicitud, las patentes de moda a diferencia de otras de diseño industrial son menos exigentes ya que solo requieren un boceto que describa las propiedades tridimensionales, formas, trazos o colores. Sin embargo, la OMPI establece que en la industria las patentes pueden ser complejas dado que el tiempo que toma su elaboración puede ser negativo frente a los ciclos tan cortos que tiene la moda, de hecho, las patentes pueden ser tan extensas que su proceso de revisión puede llegar a tardar hasta dos años (2005).

Llama la atención que en nuestro país exista un bajo número de solicitudes para registro de patente, esto refleja una falta de investigación aplicada en el diseño de modas, desconocimiento sobre el sistema de patentes y su aplicación en la industria de la moda dejando en evidencia la falta de interés del gobierno por promover la protección de patentes en el sector de la moda (Gómez, 2021). A partir de estas afirmaciones sugiero reducir la complejidad de los requisitos de patentabilidad establecido esquemas gubernamentales que incentiven y agilicen los registros de patentes, a través de beneficios fiscales, facilidades de acceso a financiamiento y mejor administración de solicitudes. Asimismo, tomando en cuenta la corta duración de ciclos de moda en el mercado agilizar los tiempos de revisión de las solicitudes de patentes es clave para adaptarse a las necesidades de este sector.

3.3.2 DISEÑO INDUSTRIAL

El Código Ingenios en su artículo 345 define como diseño industrial a la apariencia de un producto que surge de la combinación de líneas, colores, textura o cualquier forma externa sin que altere la función del producto. De igual forma la comisión de la Comunidad Andina, en su decisión 486 señala que el diseño industrial es la apariencia particular de un producto que deriva de la combinación de colores, disposición de líneas o cualquier patrón que diferencie un producto.

Para María Fernanda Ayala (2018) el diseño industrial es la actividad creativa de los productos del mercado, asegura que sea comercialmente visible. Por su parte John Heskett lo define como una profesión creativa y técnica que proporciona características a un producto que posteriormente será producido en masas orientados a la estética, el uso y su función (Heskett,

1980), por tanto, el diseño industrial establece las cualidades de un producto fusionado con los principios de arte y marketing para satisfacer las necesidades del consumidor desarrollando oportunidades en el mercado.

El diseño industrial refiere a los elementos decorativos en un objeto, y en el caso de la moda, van desde la forma hasta la textura. La protección de un diseño implica principalmente la valoración estética de la prenda, apartándose de los rasgos técnicos, que son protegidos principalmente por la patente. El diseño de una prenda lo vuelve atractivo y llamativo y consecuentemente asigna un valor y posibilidades de ser venta.

En la industria de la moda el diseño industrial se describe como la combinación de aspectos funcionales, estéticos y ergonómicos de una prenda y reflejan las tendencias de moda en el mercado y las exigencias del usuario, asimismo garantiza que el vestuario, calzado o accesorios sean visualmente atractivos y funcionales para el consumidor y tiene como finalidad que su incorporación en el mercado esté debidamente protegido, siempre y cuando cumpla las premisas de novedad y originalidad que permitan otorgar garantías de protección que puede ser incluso mixta, si la obra tiene un fin económico. Al respecto Jennifer Davis argumenta que la protección de los diseños previene su copia y su imitación asegurando el beneficio absoluto sobre cada prenda (Davis & Aplin, 2012).

Por otro lado, según lo establecido en el Código Ingenios en el artículo 352 la protección de un diseño durará 10 años a partir de la solicitud, ya sea solicitada por una persona natural o jurídica, sin embargo, no se especifica si este tiempo es renovable o no, por tanto podría especificarse en la legislación actual sobre la renovación de la protección o por el contrario analizar la posibilidad de extender el tiempo de protección como ya sucede en países de Europa.

En efecto, al registrar un diseño, se evita la falsificación del mismo, Dinwoodie y Janis explican que establecer derechos exclusivos favorece a la prevención de la imitación y crea un entorno competitivo más justo (Dinwoodie & Janis, 2008), por lo tanto concede al titular oportunidad de competir justamente, al igual que en los demás mecanismos de protección jurídica de propiedad intelectual, tiene como requisito la originalidad y la novedad, cabe especificar que la protección de un diseño se limita al territorio nacional donde se conceda la protección. Aun cuando cumpla las características anteriores un diseño es registrable siempre que sea nuevo, y no se considerara nuevo si ya es público antes de su registro.

Agregando a lo anterior, existen otras causas por las cuales un diseño industrial tiene impedimentos de registro, la Comisión de la Comunidad Andina en su artículo 116 impide el registro de diseños cuya explotación comercial sea necesario para que prevalezca el orden público, tampoco se registrarán diseños que no signifiquen un aporte creativo de parte del creador. De esto desprende que en la industria de la moda los diseños deben tener un valor estético que atraiga al comercio creando prendas que se alejen de lo tradicional y comúnmente visto, de acuerdo con Caroline Evans la estética visual de un diseño de moda es un papel decisivo pues capta la atención del consumidor y es la mayor razón del deseo de compra (Evans, 2003).

Si bien es cierto el diseño industrial dentro de la moda proporciona novedad en la prenda llamando la atención del consumidor y generando tendencias que permitan mayor alcance en el mundo y produzcan valores económicos debido a la naturaleza efímera de la moda es difícil diferenciar una copia de una tendencia internacional, por lo tanto, aun cuando los diseñadores se esfuercen por ser creativos enfrentarán limitaciones para proteger su propiedad intelectual.

3.4 RESPONSABILIDAD PENAL COMO CONSECUENCIA DE PIRATERÍA Y FALSIFICACIÓN EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

En Ecuador el Código Orgánico Integral Penal (en adelante COIP) en la sección novena sobre delitos contra el derecho a la propiedad en sus artículos 208A, 208B y 208C sanciona los delitos piratería y falsificación a fin de garantizar la protección de la propiedad intelectual.

Para José Martín Rivera (2021) el COIP demuestra la preocupación de un legislador por cumplir requisitos básicos de los acuerdos internacionales que se habían estado incumpliendo respecto a los derechos de la propiedad intelectual, en lugar de atender adecuadamente a una redacción que anticipara y comprendiera la manera en la que las infracciones operan dentro de la propiedad intelectual.

A pesar de las diversas modificaciones que ha tenido el COIP en el tiempo, la vigente ley sigue presentando inconvenientes a la hora de garantizar la penalización por violación a la propiedad intelectual, puesto que, como hemos visto en líneas anteriores la marca y los derechos de autor representan dos bienes protegibles que operan de manera diferente en el ámbito comercial y que además tiene notables diferencias en su naturaleza.

La autora Pacheco Emma Patricia apunta que en materia penal, identificar el bien jurídico protegido es fundamental para comprender la naturaleza del delito, de esta manera se podrá entender si un bien es susceptible de ser protegido bajo el derecho de autor o la propiedad industrial (Montoya, 2022). En tal sentido, en el contexto de la piratería y la falsificación el bien jurídico protegido hace referencia a los intereses que la ley busca proteger, pueden ser intereses morales si se refiere al reconocimiento de los derechos de autor y la explotación de su obra o económicos si terceros han obtenido beneficios económicos de la obra sin su consentimiento.

Sirva esta ilustración, consideremos la falsificación de un vestido de una marca reconocida, en este caso, el bien jurídico podría ser protegido bajo derechos de autor demostrando la creación intelectual del diseñador de la prenda o bajo propiedad industrial tomando en cuenta la inversión realizada en la prenda, la marca de la misma y su comercialización en el mercado. Por tanto, es preciso identificar el bien jurídico protegido para comprender la naturaleza del delito y determinar la sanción aplicable. .

Por otro lado, el artículo 208A del COIP establece que se considera acto lesivo a la propiedad intelectual una conducta realizada por cualquier persona que con conocimiento, fines de lucro y escala comercial falsifique o comercialice marcas registradas. Además prohíbe la explotación no autorizada de creaciones protegidas mediante patentes o diseños industriales, asimismo, también el uso no autorizado de signos distintivos de una marca. Estos actos son sancionados con una pena privativa de libertad de seis meses a un año, la confiscación de los productos o servicios que sean objeto del delito y una multa de ocho hasta trescientos salarios básicos del Ecuador.

El artículo en mención presenta algunos puntos críticos sobre las sanciones de delitos contra la propiedad intelectual, establecer mínimo de cantidad de productos provenientes de una infracción, limita la protección a productos y no a servicios que puedan brindarse dentro de la industria de la moda. La falta de una norma específica puede limitar también al ciudadano a explotar sus capacidades en el país, más aun cuando nos encontramos en un mercado que se vuelve cada día más competitivo y por consiguiente más vulnerable ante la piratería y la falsificación, además no se tipifica de manera específica la lesividad de la piratería digital de diseños, patrones u otros elementos creativos de la industria de la moda lo cual puede afectar los ingresos de una empresa que puede verse vulnerable a la circulación de productos falsificados en internet, afectando su economía y desprestigiando la marca original.

En esa misma línea, el artículo establece el término “escala comercial” para determinar si un acto cumple con las características delictivas, pero carece de una definición precisa dentro de la normativa lo que genera grietas en la manera de comprender el delito porque permite diferentes interpretaciones sobre la magnitud de la infracción, establece mínimos pero no especifica cuáles son, lo que atenta contra la protección de una creación.

Por tanto, debería establecerse un criterio claro que no de paso a interpretaciones subjetivas puesto que diferentes funcionarios podrían tener múltiples criterios sobre si un acto se realizó a escala comercial o no, y por consiguiente si el mismo posee las características de un delito excluyendo otras formas de violación a estos derechos.

Mientras tanto, el artículo 208B del COIP abarca la alteración de obras, el plagio, la reproducción y comercialización no autorizada, la comunicación pública de una obra sin autorización del titular y la inhabilitación de los mecanismos que los titulares usan para proteger sus obras. Si bien. Como ventaja, el actual COIP toma en cuenta la ya mencionada reproducción sin autorización de obras como un acto lesivo a los derechos de autor, infracción que no se describió hasta su modificación del 2023, no obstante, tampoco especifica la piratería digital, además, el punto C del artículo descrito refiere que reproducir una obra sin permiso del titular está sujeto a sanciones respecto al perjuicio económico causado, sin embargo, genera las siguientes interrogantes: ¿Cómo calculo y demuestro este perjuicio?; ¿Qué factores se tienen en cuenta?. El planteamiento está sujeto a subjetividad y podría en ciertos casos complicar la correcta aplicación de la ley, por tanto debería proporcionarse mayor claridad en ciertos aspectos del artículo.

Por otra parte, el artículo 208C del COIP trata las disposiciones relativas a los actos lesivos a la propiedad intelectual y derechos de autor, detalla procedimientos y sanciones proporcionales a la infracción cometida, se establece que la multa puede ir desde los cincuenta y cinco hasta doscientos noventa y cinco salarios básicos, esta sanción puede caer sobre cualquier persona responsable, ya sea natural o jurídica.

Además, el mismo artículo establece medidas de adjudicación o destrucción de bienes infractores, sin embargo, esta podría ser destinada para un fin social, por lo tanto es recomendable evaluar otros fines de la mercadería. Por otra parte se establece un umbral de valor para sancionar los delitos de propiedad intelectual, esto puede generar impunidad en casos de delitos de menor valor, aunque no por ello menos perjudiciales para un diseñador.

Si bien la reforma del 2023 representó un avance hacia la protección de derechos intelectuales, tras la última reforma del 2024 los conceptos se mantuvieron, entonces siguen existiendo áreas de mejoras en término de claridad y debida aplicación. Una falta de reglamentación clara y sólida obstaculiza a muchas empresas de invertir en Ecuador limitando la movilidad económica del sector en el país, puesto que los diseñadores buscan obtener reconocimiento y compensación por su trabajo y sentirse vulnerables puede desalentar la inversión en la industria de la moda en Ecuador por la falta de seguridad de que su trabajo esté protegido contra copias y falsificaciones.

3.5 EFECTIVIDAD DE LOS MECANISMOS PARA LA PROTECCIÓN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

Las creaciones constituyen un papel fundamental dentro del sector económico, social y cultural de un país, la creatividad se valora cuando es protegida, nadie busca que su trabajo sea mérito de otro, es por ello que otorgar derechos a los diseñadores de moda asegura su protección.

A fin de garantizar los derechos dentro de la industria de la moda, las acciones civiles, penales y administrativas son las vías de protección más conocidas para los diseñadores, sin embargo, la propiedad intelectual aun presenta dificultades, más que todo hoy en día donde la era digital facilita la reproducción o distribución ilegal de diseños, sobre todo en un país donde la falta de conocimientos sobre la protección de derechos es profunda.

Aun cuando en Ecuador el SENADI ofrece capacitaciones a diseñadores que cubren temas como el proceso de registro, la propiedad de las marcas y demás formas de protección con el fin de fomentar una cultura de innovación, la legislación ecuatoriana es considerada débil por sus limitaciones en los derechos de propiedad intelectual y por ende puede afectar la promoción de investigación y el desarrollo de conocimiento.

Además al encontrarnos en un país que presta poco presupuesto a las entidades públicas menos podrán efectivizarse los servicios para todo aquel que quiera ser parte de la industria. El SENADI actualmente recibe aproximadamente tres millones de dólares al año, esta cantidad limita al organismo pues los recursos insuficientes limitan su autonomía administrativa y financiera (Descalzo, 2022).

Por otra parte, el Código Ingenios en su artículo 86 concibe a los derechos de propiedad intelectual como una excepción al dominio público concediendo una protección que no es

absoluta pues está sujeta a otros derechos como la educación, salud y acceso a la cultura. En ese sentido, es evidente que el Estado no reconoce la propiedad individual sobre las innovaciones pues limita su función en función de otros intereses públicos (Descalzo, 2022).

Como se expuso anteriormente los procesos de protección para los diseños de moda pueden ser muy extensos lo que puede generar inconformidad en los diseñadores que se encuentran representando una industria cambiante, es por esto que se podría optar por la simplificación de los procesos de protección que suelen ser complejos para evitar la continuidad de piratería y falsificación que representa una amenaza significativa en el sector fracturando el valor de una creación.

Los mecanismos de protección en un país con dificultades para hacer efectiva la ley constituyen un obstáculo para el desarrollo económico. La falta de conciencia y educación sobre estos derechos se debe en parte al subdesarrollo del país, esto plantea desafíos para las empresas de moda que suelen sentirse vulnerados por los micro emprendedores que desconocen el marco legal aplicable detrás de la venta de piratería y falsificaciones.

CAPITULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

El enfoque del presente trabajo es cualitativo, se usaron los métodos deductivo y bibliográfico puesto que, en cuestiones de Derecho es crucial comprender el contexto legal y cultural del proyecto de investigación que desarrollé, abordar la protección legal de los derechos de la moda requiere de una exploración doctrinaria sobre la efectividad de los derechos intelectuales de Ecuador, y la interpretación de la norma jurídica vigente, además permitirá entender cuestiones éticas, sociales y ambientales que surgen dentro del mundo de la moda.

En el presente trabajo la técnica utilizada fue revisión bibliográfica, la misma permite la recopilación de información de diversas fuentes referente al tema., mediante artículos científicos, trabajos de maestría y doctorado, libros, artículos de prensa y otros.

4.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

4.2.1 DESCRIPTIVA

El tipo de enfoque descriptivo es utilizado para identificar y analizar a fondo las características principales del derecho de propiedad intelectual, en referencia a la protección legal de la industria de la moda.

4.3 MÉTODOS

4.3.1 MÉTODO BIBLIOGRÁFICO

Consiste en la búsqueda y análisis de datos en fuentes como libros, investigaciones en tesis previas de doctorados, artículos científicos y normativa pertinentes, que sirvan como fundamento a los objetivos de la investigación planteados.

4.3.2 MÉTODO DEDUCTIVO

Parte de lo general para llegar a conclusiones específicas sobre la situación de la moda en Ecuador en referencia a la protección legal de la propiedad intelectual.

4.4 TÉCNICAS

Se prioriza la revisión bibliográfica que permita recopilar información a fin de analizar los documentos que tengan relevancia sobre el tema y posteriormente resumir a forma de conclusión lo estudiado dentro de la investigación.

4.5 HERRAMIENTAS

Doctrina, tesis de doctorado, artículos científicos, notas de prensa, libros, normativa vigente.

CONCLUSIONES:

- En la industria de la moda desde una perspectiva jurídica, queda en evidencia que existe una compleja interconexión de factores sociales, ambientales o económicos que influyen en el desarrollo la moda en el país. Se ha podido demostrar

que, así como aumenta el consumo en el mundo, la industria de la moda debe estar en la posición de responder de igual manera a todo ello, por lo que les está costando mejorar las condiciones ambientales al hacer, en ocasiones, un manejo incorrecto de los recursos naturales en la fabricación de algunas prendas.

- La falta de seguridad jurídica respecto a derechos de propiedad intelectual representa una amenaza negativa para el emprendedor, para las grandes empresas y para la industria de la moda en general. Por una parte el COIP carece de claridad en sus articulados respecto al tema. El delito que se comete contra la propiedad intelectual presenta ciertas ambigüedades, como el hecho de definir de forma imprecisa el término de “escala comercial” lo cual permite diferentes interpretaciones sobre la magnitud de una infracción, por tanto deja en vulnerabilidad y riesgo de plagio a los creadores. Esta falta de claridad es motivo para muchas empresas de abstenerse de invertir en Ecuador limitando la movilidad económica del sector.

- El tiempo de durabilidad de protección de la propiedad intelectual es muy corto y los procesos de solicitud muy largos, generando inconformidad en la industria de la moda que prefieren mayor facilidad para proteger sus creaciones. En otros países como Estados Unidos la protección se extiende hasta los 14 años, y en países de Europa puede durar hasta 25 años. Sin embargo, en Ecuador el término es de 10 años, lo cual beneficia sobre todo a los países en vías de desarrollo porque carecer de una industria competitiva juega a favor frente a los multinacionales en los países más industrializados.

- Si bien la industria es una fuente de ingresos económicos y de oportunidades laborales, muchas veces las condiciones de trabajo son incorrectas e inequitativas, en muchas empresas internacionales los salarios son injustos y el compromiso de la empresa de proteger al trabajador es prácticamente inexistente. Aquí la falta de ética y justicia es más evidente en las empresas dedicadas al fast fashion, que buscan generar masivamente sin tomar en cuenta amplios beneficios a terceros como son los trabajadores.

RECOMENDACIONES:

- Revisión y actualización de leyes relacionadas a la protección legal de la propiedad intelectual en Ecuador, tomando en cuenta la corta duración de ciclos de moda en el mercado, por lo que deberían agilizarse los tiempos de revisión de las

solicitudes de patentes. Optar por la renovabilidad del diseño industrial y extender el tiempo de protección de marcas registradas y asegurar la protección de los diseños frente al comercio digital a fin de evitar confusiones o ambigüedades. Una ley avanzada genera confianza en el sistema que respalda, y brinda seguridad a los diseñadores locales sobre la protección de sus diseños.

- Al mismo tiempo, los convenios y acuerdos internacionales deben adoptarse al mismo ritmo que el entorno digital, por ejemplo, debería impulsarse un convenio que proteja los activos intangibles dada la comercialización digital de productos, ello constituirá una vía más para fortalecer la efectividad de la protección y el desarrollo endógeno de la industria en el país.

- La moda ecológica es una alternativa que ayudaría al Ecuador a surgir mundialmente en el mundo de la moda. En ese sentido debería emplearse muy a menudo moda circular que permita el reciclaje de textiles. Ecuador es un país rico en recursos naturales que favorece la innovación, de modo que el correcto manejo de estos recursos generaría una moda más sustentable, mientras brinda un valor agregado a la industria, motivando la inversión extranjera.

- Creación de una agencia especializada que se centre exclusivamente en la protección relacionada a la industria de la moda, y a la vez que implemente medios estratégicos que alienten al diseñador nacional a mostrar sus obras. Crear las condiciones necesarias para que un diseñador pueda mostrar su esencia ofrece oportunidades de comercialización que posteriormente serán el sostén para buscar expandir sus creaciones, de esta forma la visibilidad aumentaría, creando un impacto positivo para la formación y especialización en el tema.

- Simplificar de los procesos de protección que suelen ser complejos para evitar la continuidad de piratería y falsificación, que representa una amenaza significativa en el sector puesto que hostiga al creador y fractura el valor de una creación. Al encontrarnos frente a una industria que vive en constante cambio esta medida contribuirá al fácil acceso de los diseñadores y consecuentemente se reducirán los costos asociados a la solicitud de la protección

BIBLIOGRAFIA

Antequera, R. (2006). *Manual de Derecho de la Propiedad Industrial*.

ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008, 20 de octubre). CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Art. 322. Lexis. Obtenido de <https://hbo>

Bibliografía

Antequera, R. (2006). *Manual de Derecho de la Propiedad Industrial*.

ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008, 20 de octubre). CONSTITUCION DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Art. 322. Lexis. Obtenido de https://hbo.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Asamblea Nacional Del Ecuador. (2014, 10 de febrero). *LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

Asamblea Nacional Del Ecuador. (2016). *Código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Codigo-Organico-de-la-Economia-Social-de-los-Conocimientos-Creatividad-e-Innovacion.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2023). *CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL, COIP*. Quito . Obtenido de file:///D:/Users/User/Downloads/Z-ONE-PENAL-CODIGO_ORGANICO_INTEGRAL_PENAL_COIP.pdf

Ayala, M. F. (2018). *El Rol del Diseño Industrial en el Desarrollo Económico*.

Bainbridge, D. I. (2014). *Intellectual Property*. *Pearson Education Limited*. Obtenido de https://ia800702.us.archive.org/25/items/IntellectualPropertyeighthEdition/DBainbridge_intellectual_property.pdf

Baldeón, I. M. (2018). *Fashion Law o Derecho de Moda*. *Grupo Ceas*. Obtenido de <https://www.grupoceas.com.ec/wp-content/uploads/2018/12/FASHION-LAW.pdf>

Baños, J. M. (22 de Agosto de 2022). Fashion law: La propiedad intelectual en la moda. Obtenido de <https://letslaw.es/fashion-law-la-propiedad-intelectual-en-la-moda/>

Bastien, V., & Kapferer, J.-N. (2012). *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands*. Kogan Page.

Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. Yale University Press. Obtenido de <https://thepublicdomain.org/thepublicdomain1.pdf>

Burgos, E. O. (2020). Apropiación cultural mas allá de la inspiración. *Fashion, luxury & retail*. Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/apropiacion-cultural-mas-alla-de-la-inspiracion/>

Burgos, E. O. (2021). La protección de la moda a través de la propiedad industrial e intelectual. *TESIS DOCTORAL*. Obtenido de <https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/19956/TESIS%20DOCTORAL%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cámara Madrid. (26 de septiembre de 2023). La Importancia de las Empresas de Moda en el Desarrollo Económico Global. *Cámara Madrid*. Obtenido de [https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,\(PIB\)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.](https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,(PIB)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.)

Cedia. (26 de Diciembre de 2023). Apropiación cultural de los conocimientos tradicionales. Obtenido de <https://cedia.edu.ec/apropiacion-cultural-de-los-conocimientos-tradicionales/>

Censos, I. N. (2020).

Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). (18 de Mayo de 2021). El Convenio de Berna y los derechos de autor. Obtenido de <https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2021/05/18/convenio-berna-derechos-autor>

Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). (2023). Principios básicos del derecho de autor.

CERLALC. (s.f.). Principios básicos del derecho de autor. Obtenido de <https://cerlalc.org/recomendaciones-para-autores/principios-basicos-del-derecho-de-autor/>

Convenio de Berna para protección de obras . (1992). Obtenido de <https://procuraduria.utpl.edu.ec/SiteAssets/Legislacion%20Externa/Convenio%20de%20Berna.pdf>

Corral, A. (25 de Agosto de 2017). Ecuador: Arranca el Código Ingenios con 11 principios esenciales. *Luzuriaga Castro Abogados*. Obtenido de <https://luzuriagacastro.com/ecuador-arranca-el-codigo-ingenios-con-11-principios-esenciales/>

Correa, C. M. (2007). Implicaciones del Acuerdo sobre los ADPIC (Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio) para los países en desarrollo. *CEPAL*, 92,93-106.

Cortés, P. (2004). Inspiración creativa y creatividad sustentada . (16). Obtenido de <https://disenoy sociedadajs.xoc.uam.mx/index.php/disenoy sociedad/article/view/217/217>

Davis, J., & Aplin, T. (2012). Intellectual Property Law. Obtenido de <https://global.oup.com/academic/product/intellectual-property-law-9780198842873?cc=jp&lang=en&>

- Descalzo, O. V. (1 de Junio de 2022). Agonía de la Propiedad Intelectual en el Ecuador. *Forbes*.
Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/columnistas/el-arbitraje-internacional-perspectiva-post-consulta-n53278>
- Dinwoodie, G. B., & Janis, M. (2008). *Design Protection: Law and Practice*. (A. Publishing, Ed.) Oxford University Press.
- ELLE. (2020). Cuando Karl Lagerfeld y H&M cambiaron la moda para siempre.
- Endara, S. (22 de Noviembre de 2017). La copia de los diseños andinos en el exterior es denunciada. (E. Comercio, Entrevistador) Obtenido de <https://www.elcomercio.com/chic/copia-disenos-andinos-exterior-denuncia.html>
- Evans, C. (2003). *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness*. Yale University Press.
- Extra. (s.f.). De Otavalo a la alta moda: ¿plagio o inspiración? Obtenido de <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/ecuador-textiles-moda-loewe-plagio-1872872.html>
- Fernández-Novoa. (2001). *Tratado sobre Derecho de Marcas*. Marcial Pons.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*.
- Goldstein, P. (2003). *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox*. Stanford University Press.
- Gómez, L. E. (2021). Patente de residuo cero: programa de Diseño de Modas de la Corporación Unificada de Educación Superior (cun). *Escuela de las Bellas Artes*, 109. Obtenido de <file:///D:/Users/User/Downloads/566-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1382-1-10-20210921.pdf>
- Heskett, J. (1980). *Industrial Design*. (1. Thames and Hudson, Ed.)

- ICEX. (2021). El mercado de la moda y el calzado en Ecuador. 1-7. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/096/documentos/2022/01/documentos-anexos/resumen-ejecutivo-mercado-moda-calzado-ecuador-2021.pdf>
- INSTITUTO FRANCÉS DE LA MODA (IFM). (s.f.).
- Jefatura del Estado de España. (2018, 4 de julio). *Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño*. Obtenido de file:///D:/Users/User/Downloads/BOE-297_Codigo_de_la_Moda.pdf
- Johns, A. (2009). *Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates*. University of Chicago Press.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Bloomsbury Academic.
- Kotler, P. y. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., Setiawan , I., & Kartajaya, H. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- La moda europea a través de los siglos . (s. f.). Obtenido de <https://artsandculture.google.com/story/eQVRWZBT1Nvulg?hl=es>
- Lane, K. K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Lipszyc, D. (2007). *Derecho de autor y derechos conexos*. (Ceralc, Ed.) Colombia.
- Llewelyn, D., & Aplin, T. (2023). *Intellectual Property: Patents, Copyright, Trademarks and Allied Rights*.
- Lurie, A. (2013). *EL LENGUAJE DE LA MODA*. (F. I. Bonilla, Trad.) Paidós.
- McKeown, J. S. (2010). *Canadian Intellectual Property Law: Strategy and Practice*. Thomson Reuters.

- Medina, D. R. (1998). *Panorama del derecho mexicano, derecho intelectual*. México.
- Miller, D. (2013). *Last Nightshift in Savar: The Story of the Spectrum Sweater Factory Collapse*.
McNidder and Grace.
- Montoya, E. P. (Septiembre de 2022). Infracciones penales a los derechos. Obtenido de
file:///D:/Users/User/Downloads/654-Article%20Text-939-1-10-20230305%20(1).pdf
- Naciones Unidas. (2019). El costo ambiental de estar a la moda . *Noticias ONU* .
- OMPI. (2008). Legislación relativa a los diseños en el sector europeo de la moda.
- OMPI. (2020). ¿Qué es la propiedad intelectual? *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, 1.
Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf
- OMPI. (s.f.). Los aspectos económicos de la PI. *World Intellectual Property Organization (WIPO)*.
Obtenido de https://www.wipo.int/econ_stat/es/economics/
- OMPI. (s.f.). Reseña del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas
(1886). *WIPO*. Obtenido de
https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html
- OMPI, O. M. (s.f.). ¿Qué es la Propiedad Intelectual? Obtenido de
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2005). Organización Mundial de la
Propiedad Intelectual (OMPI). *Revista de la OMPI*, 3. Obtenido de
https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2005/03/article_0009.html
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1999, 29 de Julio). *Convenio de París para la
protección de la propiedad industrial*. Obtenido de
https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/mayo/a2_convenio_paris_mayo_2016.pdf

- Posner, R. (2009). *Análisis Económico del Derecho*. (E. L. Suárez, Trad.) México: Fondo de Cultura Económica. Obtenido de https://www.u-cursos.cl/derecho/2009/2/D122A0207/2/material_docente/bajar%3Fid_material%3D259646
- Raustiala, & Sprigman. (Diciembre de 2006). The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. *92(8)*, 91. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401
- Real Academia Española. (s.f.). *Patente*. En Diccionario de la Lengua Española (edición de tricenterario). Recuperado el 05 de Mayo de 2024, de <https://dle.rae.es/patente?m=form>
- Régimen Común sobre Propiedad Industrial, LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. (2000). *Decisión 486*. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/decision_486.pdf
- Rivera, J. M. (Abril de 2021). Delitos de Propiedad Intelectual en Ecuador. (C. L&C, Ed.) Obtenido de <https://luzuriagacastro.com/delitos-de-propiedad-intelectual-en-ecuador/>
- Rocha, N. (27 de noviembre de 2015). Noticias-Servicios. *Estudiantes de Derecho de la PUCE propusieron un debate académico sobre el Código Ingenios*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/estudiantes-de-derecho-de-la-puce-propusieron-un-debate-academico-sobre-el-codigo-ingenios/>
- Rodríguez, A. P. (2015). *Los principios del derecho del trabajo*. Fundación de Cultura Universitaria.
- Scafidi, S. (2005). *Who Owns Culture?: Appropriation and Authenticity in American Law*. Rutgers University Press.
- Scott, A. J. (2006). *The Fashion Industry as a Generator of Value and Employment*. International Journal of Urban and Regional Research.

Simmel, G. (1986). *La moda*.

Sproles, G. B. (1981). *Analyzing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives*. Journal of Marketing.

Suk, J., & Hemphill, S. (2010). The Law, Culture, and Economics of Fashion. *61*(5). Obtenido de <https://www.stanfordlawreview.org/print/article/the-law-culture-and-economics-of-fashion/>

The Guardian. (Diciembre de 16 de 2021). Worst fashion wage theft': workers go hungry as Indian suppliers to top UK brands refuse to pay minimum wage. *The Guardian*. Obtenido de <https://www.theguardian.com/global-development/2021/dec/16/worst-fashion-wage-theft-workers-go-hungry-as-indian-suppliers-to-top-uk-brands-refuse-to-pay-minimum-wage>

Tobón, N. (s.f.). propiedad intelectual y moda. *Weebly*, 1-25. Obtenido de <https://www.nataliatobon.com/uploads/2/6/1/8/26189901/moda.pdf>

Tolstói, L. (1995). *Who is Art?* (A. Maude, Trad.)

Ulfe, M. (2007). *Vestir los saberes: La moda y la apropiación cultural en América Latina*. Lima : Instituto de Estudios Peruanos.

UNIR. (2023). ¿Qué es la propiedad intelectual y cómo se regula en Ecuador? Obtenido de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/propiedad-intelectual/>

Villega, R. R. (1983). *Bienes derechos reales y sucesiones*.

WRC . (2024). Reversing the Mass Wage Theft in Karnataka. *Worker Rights Consortium*. Obtenido de <https://www.workersrights.org/our-work/wage-theft-in-karnataka/>

[.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Asamblea Nacional Del Ecuador. (2014, 10 de febrero). *LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

Asamblea Nacional Del Ecuador. (2016). *Código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Codigo-Organico-de-la-Economia-Social-de-los-Conocimientos-Creatividad-e-Innovacion.pdf>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2023). *CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL, COIP*. Quito . Obtenido de file:///D:/Users/User/Downloads/Z-ONE-PENAL-CODIGO_ORGANICO_INTEGRAL_PENAL_COIP.pdf

Ayala, M. F. (2018). *El Rol del Diseño Industrial en el Desarrollo Económico*.

Bainbridge, D. I. (2014). *Intellectual Property [Propiedad Intelctual]*. *Pearson Education Limited*.

Obtenido de

https://ia800702.us.archive.org/25/items/IntellectualPropertyeighthEdition/DBainbridge__intellectual_property.pdf

Baldeón, I. M. (2018). *Fashion Law o Derecho de Moda*. *Grupo Ceas*. Obtenido de

<https://www.grupoceas.com.ec/wp-content/uploads/2018/12/FASHION-LAW.pdf>

Baños, J. M. (22 de Agosto de 2022). *Fashion law: La propiedad intelectual en la moda*. Obtenido de

<https://letslaw.es/fashion-law-la-propiedad-intelectual-en-la-moda/>

Bastien, V., & Kapferer, J.-N. (2012). *The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build*

Luxury Brands The Luxury Strategy: [Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands].

Kogan Page.

Boyle, J. (2008). *he Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind [El dominio público: encerrar los bienes comunes de la mente]*. Yale University Press. Obtenido de

<https://thepublicdomain.org/thepublicdomain1.pdf>

Burgos, E. O. (2020). Apropiación cultural mas allá de la inspiración. *Fashiom, luxury & refail*.

Obtenido de <https://enriqueortegaburgos.com/apropiacion-cultural-mas-alla-de-la-inspiracion/>

Burgos, E. O. (2021). La protección de la moda a través de la propiedad industrial e intelectual. *TESIS DOCTORAL*. Obtenido de

<https://burjcdigital.urjc.es/bitstream/handle/10115/19956/TESIS%20DOCTORAL%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cámara Madrid. (26 de septiembre de 2023). La Importancia de las Empresas de Moda en el Desarrollo Económico Global. *Cámara Madrid*. Obtenido de

[https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-](https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,(PIB)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.)

[global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,\(PIB\)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.](https://clubalumni.camaramadrid.es/la-importancia-de-las-empresas-de-moda-en-el-desarrollo-economico-global/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda,(PIB)%20de%20numerosos%20pa%C3%ADses.)

Cedia. (26 de Diciembre de 2023). Apropiación cultural de los conocimientos tradicionales. Obtenido

de <https://cedia.edu.ec/apropiacion-cultural-de-los-conocimientos-tradicionales/>

Censos, I. N. (2020).

Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). (18 de Mayo de 2021). El Convenio de Berna y los derechos de autor. Obtenido de

<https://www.cedro.org/blog/articulo/blog.cedro.org/2021/05/18/convenio-berna-derechos-autor>

Centro regional para el fomento del libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). (2023). Principios básicos del derecho de autor.

CERLALC. (s.f.). Principios básicos del derecho de autor. Obtenido de

<https://cerlalc.org/recomendaciones-para-autores/principios-basicos-del-derecho-de-autor/>

Convenio de Berna para protección de obras . (1992). Obtenido de

<https://procuraduria.utpl.edu.ec/SiteAssets/Legislacion%20Externa/Convenio%20de%20Berna.pdf>

Corral, A. (25 de Agosto de 2017). Ecuador: Arranca el Código Ingenios con 11 principios esenciales.

Luzuriaga Castro Abogados. Obtenido de <https://luzuriagacastro.com/ecuador-arranca-el-codigo-ingenios-con-11-principios-esenciales/>

Correa, C. M. (2007). Implicaciones del Acuerdo sobre los ADPIC (Aspectos de los Derechos de

Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio) para los países en desarrollo. *CEPAL*, 92,93-106.

Cortés, P. (2004). Inspiración creativa y creatividad sustentada . (16). Obtenido de

<https://disenoysociedad.ocs.uam.mx/index.php/disenosociedad/article/view/217/217>

Davis, J., & Aplin, T. (2012). Intellectual Property Law [Derecho de propiedad intelectual]. Obtenido

de <https://global.oup.com/academic/product/intellectual-property-law-9780198842873?cc=jp&lang=en&>

Descalzo, O. V. (1 de Junio de 2022). Agonía de la Propiedad Intelectual en el Ecuador. *Forbes*.

Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/columnistas/el-arbitraje-internacional-perspectiva-post-consulta-n53278>

Dinwoodie, G. B., & Janis, M. (2008). *Design Protection: Law and Practice [Protección de diseños: ley y práctica]*. (A. Publishing, Ed.) Oxford University Press.

- ELLE. (2020). Cuando Karl Lagerfeld y H&M cambiaron la moda para siempre.
- Endara, S. (22 de Noviembre de 2017). La copia de los diseños andinos en el exterior es denunciada. (E. Comercio, Entrevistador) Obtenido de <https://www.elcomercio.com/chic/copia-disenos-andinos-exterior-denuncia.html>
- Evans, C. (2003). *Fashion at the Edge: Spectacle, Modernity, and Deathliness [Moda al límite: espectáculo, modernidad y muerte]*. Yale University Press.
- Extra. (s.f.). De Otavalo a la alta moda: ¿plagio o inspiración? Obtenido de <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/ecuador-textiles-moda-loewe-plagio-1872872.html>
- Fernández-Novoa. (2001). *Tratado sobre Derecho de Marcas*. Marcial Pons.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*.
- Goldstein, P. (2003). *Copyright's Highway: From Gutenberg to the Celestial Jukebox [La autopista del copyright: de Gutenberg a la Jukebox celestial]*. Stanford University Press.
- Gómez, L. E. (2021). Patente de residuo cero: programa de Diseño de Modas de la Corporación Unificada de Educación Superior (cun). *Escuela de las Bellas Artes*, 109. Obtenido de <file:///D:/Users/User/Downloads/566-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1382-1-10-20210921.pdf>
- Heskett, J. (1980). *Industrial Design [Diseño industrial]*. (1. Thames and Hudson, Ed.)
- ICEX. (2021). El mercado de la moda y el calzado en Ecuador. 1-7. Obtenido de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/096/documentos/2022/01/documentos-anexos/resumen-ejecutivo-mercado-moda-calzado-ecuador-2021.pdf>
- INSTITUTO FRANCÉS DE LA MODA (IFM). (s.f.).

- Jefatura del Estado de España. (2018, 4 de julio). *Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño*. Obtenido de file:///D:/Users/User/Downloads/BOE-297_Codigo_de_la_Moda.pdf
- Johns, A. (2009). *Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates [Piratería: las guerras de la propiedad intelectual desde Gutenberg hasta Gates]*. University of Chicago Press.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. Bloomsbury Academic.
- Kotler, P. y. (2016). *Marketing Management [Gestión de Mercadeo]*.
- Kotler, P., Setiawan , I., & Kartajaya, H. (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital [Marketing 4.0: pasar de lo tradicional a lo digital]*. John Wiley & Sons.
- La moda europea a través de los siglos . (s. f.). Obtenido de <https://artsandculture.google.com/story/eQVRWZBT1Nvulg?hl=es>
- Lane, K. K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity [Gestión estratégica de marca: creación, medición y gestión del valor de marca]*. Pearson Education.
- Lipszyc, D. (2007). *Derecho de autor y derechos conexos*. (Cerlalc, Ed.) Colombia.
- Llewelyn, D., & Aplin, T. (2023). *Intellectual Property: Patents, Copyright, Trademarks and Allied Rights [Propiedad Intelectual: Patentes, Derechos de Autor, Marcas y Derechos Afines]*.
- Lurie, A. (2013). *EL LENGUAJE DE LA MODA*. (F. I. Bonilla, Trad.) Paidós.
- McKeown, J. S. (2010). *Canadian Intellectual Property Law: Strategy and Practice [Ley canadiense de propiedad intelectual: estrategia y práctica]*. Thomson Reuters.
- Medina, D. R. (1998). *Panorama del derecho mexicano, derecho intelectual*. México.

Miller, D. (2013). *Last Nightshift in Savar: The Story of the Spectrum Sweater Factory Collapse [Last Nightshift en Savar: La historia del colapso de la fábrica de suéteres Spectrum]*. McNidder and Grace.

Montoya, E. P. (Septiembre de 2022). Infracciones penales a los derechos. Obtenido de file:///D:/Users/User/Downloads/654-Article%20Text-939-1-10-20230305%20(1).pdf

Naciones Unidas. (2019). El costo ambiental de estar a la moda . *Noticias ONU* .

OMPI. (2008). Legislación relativa a los diseños en el sector europeo de la moda.

OMPI. (2020). ¿Qué es la propiedad intelectual? *World Intellectual Property Organization (WIPO)*, 1. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf

OMPI. (s.f.). Los aspectos económicos de la PI. *World Intellectual Property Organization (WIPO)*. Obtenido de https://www.wipo.int/econ_stat/es/economics/

OMPI. (s.f.). Reseña del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886). *WIPO*. Obtenido de https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/summary_berne.html

OMPI, O. M. (s.f.). ¿Qué es la Propiedad Intelectual? Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2005). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). *Revista de la OMPI*, 3. Obtenido de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2005/03/article_0009.html

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1999, 29 de Julio). *Convenio de París para la protección de la propiedad industrial*. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/mayo/a2_convenio_paris_mayo_2016.pdf

- Posner, R. (2009). *Análisis Económico del Derecho*. (E. L. Suárez, Trad.) México: Fondo de Cultura Económica. Obtenido de https://www.u-cursos.cl/derecho/2009/2/D122A0207/2/material_docente/bajar%3Fid_material%3D259646
- Raustiala, & Sprigman. (Diciembre de 2006). The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design [La paradoja de la piratería: innovación y propiedad intelectual en el diseño de moda]. *92(8)*, 91. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=878401
- Real Academia Española. (s.f.). *Patente*. En Diccionario de la Lengua Española (edición de tricenterario). Recuperado el 05 de Mayo de 2024, de <https://dle.rae.es/patente?m=form>
- Régimen Común sobre Propiedad Industrial, LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA. (2000). *Decisión 486*. Obtenido de https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/decision_486.pdf
- Rivera, J. M. (Abril de 2021). Delitos de Propiedad Intelectual en Ecuador. (C. L&C, Ed.) Obtenido de <https://luzuriagacastro.com/delitos-de-propiedad-intelectual-en-ecuador/>
- Rocha, N. (27 de noviembre de 2015). Noticias-Servicios. *Estudiantes de Derecho de la PUCE propusieron un debate académico sobre el Código Ingenios*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/estudiantes-de-derecho-de-la-puce-propusieron-un-debate-academico-sobre-el-codigo-ingenios/>
- Rodríguez, A. P. (2015). *Los principios del derecho del trabajo*. Fundación de Cultura Universitaria.
- Scafidi, S. (2005). *Who Owns Culture?: Appropriation and Authenticity in American Law [¿Quién es el dueño de la cultura?: Apropiación y autenticidad en el derecho estadounidense]*. Rutgers University Press.

- Scott, A. J. (2006). *The Fashion Industry as a Generator of Value and Employment [La Industria de la Moda como Generadora de Valor y Empleo]*. International Journal of Urban and Regional Research.
- Simmel, G. (1986). *La moda*.
- Sproles, G. B. (1981). *Analyzing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives [Análisis de los ciclos de vida de la moda: principios y perspectivas]*. Journal of Marketing.
- Suk, J., & Hemphill, S. (2010). The Law, Culture, and Economics of Fashion [El derecho, la cultura y la economía de la moda]. 61(5). Obtenido de <https://www.stanfordlawreview.org/print/article/the-law-culture-and-economics-of-fashion/>
- The Guardian. (Diciembre de 16 de 2021). Worst fashion wage theft': workers go hungry as Indian suppliers to top UK brands refuse to pay minimum wage [El peor robo de salarios en la moda: los trabajadores pasan hambre mientras los proveedores indios de las principales marcas del Reino Unido...]. *The Guardian*. Obtenido de <https://www.theguardian.com/global-development/2021/dec/16/worst-fashion-wage-theft-workers-go-hungry-as-indian-suppliers-to-top-uk-brands-refuse-to-pay-minimum-wage>
- Tobón, N. (s.f.). propiedad intelectual y moda. *Weebly*, 1-25. Obtenido de <https://www.nataliatobon.com/uploads/2/6/1/8/26189901/moda.pdf>
- Tolstói, L. (1995). *Who is Art?* (A. Maude, Trad.)
- Ulfe, M. (2007). *Vestir los saberes: La moda y la apropiación cultural en América Latina*. Lima : Instituto de Estudios Peruanos.
- UNIR. (2023). ¿Qué es la propiedad intelectual y cómo se regula en Ecuador? Obtenido de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/propiedad-intelectual/>

Villega, R. R. (1983). *Bienes derechos reales y sucesiones*.

WRC. (2024). Reversing the Mass Wage Theft in Karnataka [Revertir el robo masivo de salarios en Karnataka]. *Worker Rights Consortium*. Obtenido de <https://www.workersrights.org/our-work/wage-theft-in-karnataka/>