



Sustento del uso justo
de **Materiales Protegidos**
derechos de autor para
fines educativos



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

UCI

Sustento del uso justo de materiales protegidos por Derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI - para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes en el curso “Fundamentos de Mercadeo” perteneciente al programa académico MGTS.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

- a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.
- b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.
- c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S, Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."
- d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.
- e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además, y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado

editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.

DEFINICIÓN DE UNA MISIÓN ORIENTADA HACIA EL MERCADO

Una organización existe para lograr algo. Al principio, la organización tiene un propósito, o misión, claro, pero con el tiempo es posible que la misión pierda claridad a medida que la organización crece, añade nuevos productos y mercados, o enfrenta nuevas condiciones del entorno. Cuando la gerencia percibe que la organización va a la deriva, debe renovar su búsqueda de un propósito. Es el momento de preguntar: ¿En qué negocio estamos? ¿Quién es el cliente? ¿Qué valoran los clientes? ¿Cuál debe ser nuestro negocio? Estas preguntas, al parecer sencillas, se cuentan entre las más difíciles que la empresa tendrá que contestar. Las empresas exitosas continuamente se hacen estas preguntas y las contestan en forma cuidadosa y completa.

Muchas organizaciones elaboran declaraciones de misión formales que contestan estas preguntas. Una **declaración de misión** es una expresión del propósito de la organización lo que desea lograr en el entorno más amplio. Una declaración de misión clara actúa como “mano invisible” que guía al personal de la empresa. Los estudios han mostrado que las compañías con declaraciones de misión elaboradas correctamente tienen mejor desempeño financiero y organizacional.³

Algunas empresas definen su negocio en términos de productos o en términos tecnológicos (“Fabricamos muebles” o “Somos una empresa de procesamiento químico”). Sin embargo, las declaraciones de misión deben estar *orientadas hacia el mercado* y definidas de acuerdo con las necesidades del cliente. Productos y tecnologías tarde o temprano pierden actualidad, pero las necesidades básicas del mercado podrían perdurar eternamente.

Una declaración de misión orientada hacia el mercado define el negocio en términos de satisfacer las necesidades básicas de los clientes. Por ejemplo, Charles Schwab no es sólo un bufete de corredores: se ve a sí mismo como “guardián de los sueños financieros de sus clientes”. Asimismo, la misión de eBay no es meramente celebrar subastas en línea. Más bien, conecta a personas que compran y venden en “el mercado en línea del mundo”. Su misión es ser una singular comunidad web en la que sea posible comprar, divertirse, y conocerse mutuamente, por ejemplo, platicando en el eBay Café. La tabla 2.1 proporciona diversos ejemplos de definiciones de negocios orientadas hacia productos y hacia el mercado.

Declaración de misión

Expresión del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio.

TABLA 2.1
Definiciones de negocios orientados hacia el mercado

Empresa	Definición orientada hacia productos	Definición orientada hacia el mercado
Amazon.com	Vendemos libros, videos, discos compactos, juguetes, aparatos electrónicos, herramientas de hardware, artículos domésticos, y otros productos.	Hacemos que la experiencia de comprar en internet sea rápida, fácil y placentera; somos el lugar donde usted puede encontrar y descubrir cualquier cosa que desee comprar en línea.
America Online	Proporcionamos servicios en línea.	Creamos conectividad para clientes, cuando sea, donde sea.
Disney	Operamos parques de diversiones.	Creamos fantasías: un lugar donde Estados Unidos todavía funciona como se supone que debe hacerlo.
eBay	Celebramos subastas en línea.	Conectamos a personas que compran y venden en el mercado mundial en línea, una singular comunidad web en la que es posible comprar, divertirse, y conocerse mutuamente.
Home Depot	Vendemos herramientas y artículos para reparar y mejorar el hogar.	Proporcionamos consejos y soluciones que transforman a los propietarios en hábiles reparadores.
Nike	Vendemos zapatos.	Ayudamos a la gente a experimentar la emoción de competir, salir victoriosa, y derrotar a sus oponentes.
Revlon	Hacemos cosméticos.	Vendemos estilo de vida y autoexpresión; éxito y estatus; recuerdos, esperanzas, y sueños.
Ritz-Carlton Hotels	Alquilamos habitaciones.	Creamos la experiencia Ritz-Carlton que estimula los sentidos, inyecta bienestar, y cumple incluso deseos y necesidades no expresados por parte de nuestros huéspedes.
Wal-Mart	Operamos tiendas de descuento.	Ofrecemos precios bajos todos los días, y proporcionamos a la gente común la oportunidad de adquirir las mismas cosas que compra la gente...