

ciudades principales

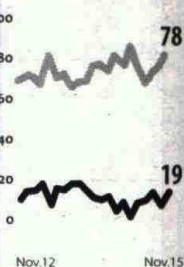
APROBACIÓN DE LOS GOBERNADORES

Cifras porcentuales

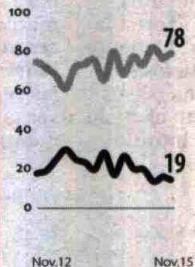
— Aprueba — Desaprueba



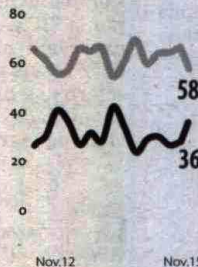
SERGIO FAJARDO
GOBERNADOR DE ANTIOQUIA



RICHARD AGUILAR VILLA
GOBERNADOR DEL SANTANDER



JOSÉ ANTONIO SÉGEBREG
GOBERNADOR DEL ATLÁNTICO



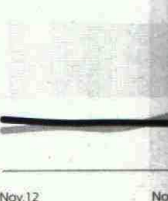
UBEIMAR DELGADO
GOBERNADOR DEL VALLE



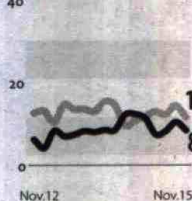
— Favorable — Desfavorable



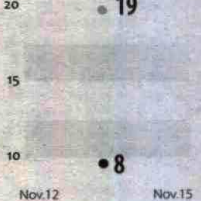
AURELIO IRIGORRI
MINISTRO DE AGRICULTURA



MAURICIO CÁRDENAS
MINISTRO DE HACIENDA



LUIS CARLOS VILLEGAS
MINISTRO DE DEFENSA



SUBE Y BAJA

9 pts

JUAN MANUEL SANTOS

3 pts

SIMÓN GAVIRIA



SIMÓN GAVIRIA
DIRECTOR DEL DNP



FICHA TÉCNICA EMPRESA QUE REALIZÓ LA ENCUESTA: GALLUP COLOMBIA LTDA. PERSONA NATURAL. O JURÍDICA QUE LA ENCUESTA: GALLUP COLOMBIA LTDA. PARA SU VENTA POR SUSCRIPCIÓN. FUENTE DE FINANCIACIÓN: Recursos propios. GALLUP COLOMBIA LTDA. OBJETIVOS: Medir la favorabilidad y aprobación del Presidente, personajes e instituciones en Colombia. Sondar la opinión pública sobre hechos de actualidad. Evaluar la opinión que tiene la gente en general de Colombia y del Presidente Juan Manuel Santos. Medir el concepto de la gente frente a problemáticas colombianas actuales. Observar el nivel de aceptación de la gente respecto a leyes, propuestas o afirmaciones del momento. Realizar un sondeo general en las ciudades principales del país sobre la labor del alcalde respectivo y la forma como la gente está percibiendo su ciudad. UNIVERSO: Hombres y mujeres de 18 o más años, de todos los estratos socioeconómicos, residentes en Bogotá (5.691.742), Medellín (1.912.119), Cali (1.712.393), Barranquilla (858.541) y Bucaramanga (388.791) para un total de 10.563.589 personas, según proyecciones DANE. MARCO MUESTRAL: Para la realización de este estudio se implementó una metodología llamada marcos duales, es decir, se hace uso de dos marcos muestrales (línea fija y generación de números celulares) para seleccionar a las personas. El cubrimiento telefónico en las 5 grandes ciudades, según censo del DANE, es del 95%. Los hogares con línea telefónica son: Bogotá 1.799.552, Medellín 630.593, Cali 483.574, Barranquilla 173.683 y Bucaramanga 183.153. Total 3.230.465. Para el marco de línea celular se cuenta con un número de número aleatorios generados por INMARE S.A.S. TAMARCO y destrucción de LA MUESTRA: 1.200 entrevistas 900 telefónica fija y 400 telefónica celular distribuidas de la siguiente manera: Bogotá 400 entrevistas (240 telefónica fija y 160 telefónica celular), Medellín 200 entrevistas (140 telefónica fija y 60 telefónica celular), Cali 200 entrevistas (140 telefónica fija y 60 telefónica celular), Barranquilla 200 entrevistas (140 telefónica fija y 60 telefónica celular), Bucaramanga 200 entrevistas (140 telefónica fija y 60 telefónica celular). Además de la distribución por estratos de manera proporcional a la población. Para ajustar la muestra total al tamaño real del universo de cada ciudad, se aplican factores de ponderación. Esta muestra está de acuerdo al contenido en la propuesta. SISTEMA DE MUESTREO: Se llevó a cabo un muestreo probabilístico por etapas dependiendo el tipo de marco muestral. Para el marco de línea fija, primero se realiza una selección aleatoria sistemática de hogares con línea fija y posteriormente se realiza una selección aleatoria simple de una persona de 18 o más años. Para el marco de línea celular se lleva a cabo una selección aleatoria de personas mayores de 18 años. MARGEN DE ERROR: Los márgenes de error dentro de unos límites de confianza de un 95%, son: Para el total de la muestra de las 5 ciudades +/- 3%; para el total de la muestra de Bogotá +/- 5%; para los totales de las muestras de Medellín, Cali, Barranquilla o Bucaramanga +/- 7%. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Entrevistas telefónicas asistidas por computador (CATI). TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE LOS DATOS: Del 28 de octubre al 6 de noviembre de 2015. NÚMERO DE ENCUESTADORES: Se emplearon 73 encuestadores. MÉTODO DE VALIDACIÓN: Se revisó el 100% de las encuestas realizadas y se superó el 15% de las mismas. TEMAS A LOS QUE SE REFIERE: Opinión pública sobre gobernantes, personajes, instituciones y hechos de actualidad. PERSONAS O INSTITUCIONES POR LAS CUALES SE INDAGÓ: Referirse a cuestionario. PREGUNTAS CONCRETAS QUE SE FORMULARON: Referirse a cuestionario. FACTOR DE PONDERACIÓN: Es la cifra que actuando como un multiplicador permite llevar los datos muestrales a la población, es decir, expandir la muestra.



CONSULTORIO DE
CAVELIER ABOGADOS

JUAN MIGUEL CIFUENTES
Abogado del Departamento de Marcas
juancifuentes@cavelier.com

LAS ARTES PLÁSTICAS, EL PODER DE LOS ARTISTAS

Los artistas plásticos le imprimen características personales a cada una de sus obras, lo que las constituye en únicas e irrepetibles. El gran sentido de las obras artísticas, en especial las que emanan de las artes plásticas, como pinturas, esculturas, dibujos, grabados e inclusive arquitectónicas, es que no son susceptibles de reproducción en serie. Son el resultado de la idea del artista sobre su percepción o manera de ver la realidad. Es por ello que el valor de una obra de arte es grande comercialmente hablando.

Miró, Picasso, Da Vinci, Miguel Ángel, Dalí, Donatello, Botero, entre otros muchos artistas, han obtenido éxito por el sello personal que imprimieron a sus obras. Por lo tanto, los artistas deben estar atentos sobre los derechos que les corresponden al momento de generar negocios con sus creaciones.

¿Qué son las obras de artes plásticas?

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Ompi) define a la obra de arte como la creación que tiene por finalidad reivindicar el sentido estético de quien la contempla. Así mismo, bajo la Ley 23 de 1982 las obras artísticas son "creaciones del espíritu... cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación"; por lo tanto, la misma está sujeta a derechos y precauciones especiales respecto de los negocios jurídicos en los que esté involucrada.

Vendo la obra literaria: ¿Qué derechos debe respetar el comprador de mi creación?

Cuando un artista realiza cualquier tipo de negocio con su obra (sea una licencia, cesión, autorización, venta, donación, etc.), quien adquiere dicha obra debe respetar los derechos morales que el autor tiene sobre la misma, porque sobre los patrimoniales ya ha habido un negocio.

Esto quiere decir que el autor recibe una contraprestación (o puede que no en el

caso de las donaciones) por la obra realizada, pero en la mayoría de los casos desconoce que aún habiéndola transferido a un tercero el autor conserva los derechos de divulgación –acceso restringido del público a la obra–, paternidad –el derecho a ser reconocido como autor de su obra, con su nombre o seudónimo–, integridad –derecho a oponerse a cualquier mutilación, deformación o modificación de la obra– y retracto –comúnmente conocido como arrepentimiento, que es la facultad que tiene el autor para retirar su obra del comercio o de deshacer el negocio realizado, obviamente acarreado las consecuencias contractuales que ello implicaría y recordando que los derechos mencionados son irrenunciables–.

QUIEN ADQUIERE UNA OBRA ARTÍSTICA DEBE RESPETAR LOS DERECHOS MORALES QUE EL AUTOR TIENE SOBRE SU OBRA.

Al adquirente de la obra le está permitido mostrarla o exponerla, pero no la puede reproducirla ni comunicarla públicamente a través de medios diferentes a los pactados.

¿Qué ocurre cuando se extinguen los derechos patrimoniales de las obras?

Cuando se extingue un derecho patrimonial sobre una obra (80 años entre personas naturales y 50 años si se transfiere a una persona jurídica), está en cabeza del Estado velar por la protección de sus derechos morales. Si bien la obra cae en dominio público, el Estado tiene el deber de velar para que la obra no sea mutilada, ni modificada, ni que se omita incluir el nombre del autor, es decir, cuenta con todas las facultades para impedir los "malos usos" o "usos deshonestos" de la obra para que ésta sea conservada como patrimonio cultural.