

65 años



MARCAS COMERCIALES

Un activo más de la empresa

MARIBEL MUÑOZ KITTSTEINER
Dirección de Transferencia Tecnológica



Ministerio de Educación



VICERECTORÍA DE INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA



DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA



Innovación en Educación Superior

Concepto: Es todo signo susceptible de representación gráfica, capaz de distinguir en el mercado productos, servicios, o establecimientos comerciales o industriales.

Ley 19.0309- Propiedad Industrial

Principal característica: **Distintividad**

- Facilitar la toma de decisión de los consumidores
- Identificar origen empresarial

Tipos de Marcas:

Cobertura	Producto
	Servicio
	Establecimiento Industrial
	Establecimiento Comercial

Signos

Denominativas: FALABELLA

Figurativa:



Mixta:



Sonora: «Pascua Feliz Para todos»

LUGAR DE ORIGEN:

- **Denominación de Origen:**
Chamantos de Doñihue
- **Indicación Geográfica:**
Atún Isla de Pascua
- **De Certificación:**
Sabor Limachino
- **Colectivas:**
Corazón de Paine

MODULO I:

Clases:

Descripción de los productos y/o servicios que se buscan distinguir. Al presentar una solicitud de marca comercial, se deben distinguir productos y/o servicios determinados.

El Clasificador Internacional de Niza.

El clasificador contempla actualmente 45 clases.

Productos: 1- 34

Servicios: 35- 45

Antes de presentar la solicitud verificar el clasificador

¿QUÉ SE PUEDE REGISTRAR?:

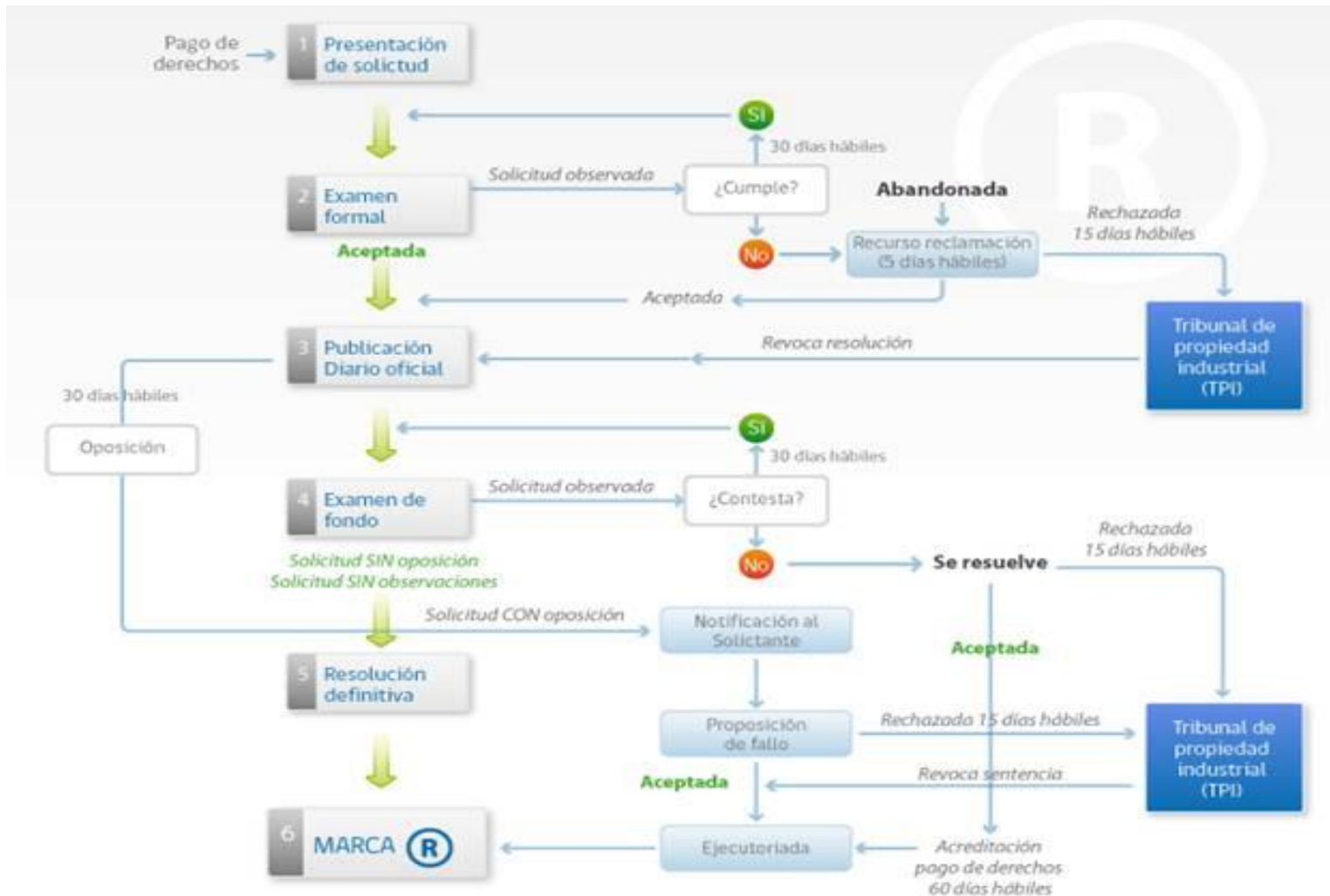
QUE ES LO QUE NO SE PUEDE REGISTRAR:

- Términos Genéricos
- Términos Descriptivos
- Signos que inducen a error
- Contrarias al orden público o a la moral
- Banderas, escudos, sellos oficiales, emblemas de Estados o de Organizaciones internacionales

- Conflictos con marcas ya existentes
- Denominaciones técnicas o científicas, el nombre de variedades vegetales
- El nombre, seudónimo o el retrato de una persona natural cualquiera.
- Las que imiten signos de control de garantías usadas por un Estado
- La forma o el color de producto o envase.
- Provocar error respecto a Denominación de origen o indicación geográfica.

MODULO I: Procedimiento de registro

MARCAS COMERCIALES



MODULO I:

MARCAS COMERCIALES

Organismo: Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi)

Costos por clase:

3 UTM

Publicación en el Diario Oficial \$5.000 y \$10.000

Duración Tramitación: 4 a 6 meses

Vigencia protección: 10 años desde la concesión del registro.
Renovable por 10 años, conforme al pago de tasas.

Demostración solicitud

MODULO II: Alcances de la Protección

MARCAS COMERCIALES

- Dar a conocer a terceros el registro de una marca.
- Es deber del titular proteger la marca
- Protección ilimitada en el tiempo: Renovación de la marca pagando las tasas de 6 UTM.
- Protección a nivel nacional
- Los consumidores al momento de adquirir un producto o servicio, eligen una determinada marca debido a que tiene asociada una calidad y características determinadas.



MODULO II: Alcances de la Protección

MARCAS COMERCIALES

La marca comercial es un instrumento eficaz para distinguir nuestros productos en el mercado y diferenciarse de otros que existan en él, evitando la confusión entre los consumidores.

El registro de una marca ofrece protección jurídica al titular, quien podrá impedir que terceros utilicen la marca sin su consentimiento, tanto en el curso de operaciones comerciales como para distinguir productos o servicios similares a aquellos para los cuales la tiene registrada.

Quién posee un registro marcario, cuenta con dos tipos de acciones judiciales:

1. Civiles, entre otras cosas, de indemnización de perjuicios.
2. Penales, por los delitos tipificados en la Ley.

MODULO II: Alcances de la Protección

MARCAS
COMERCIALES

- Acción de oposición: Para solicitudes en trámite.
- Acción de nulidad de una marca registrada- 5 años desde la fecha del registro.

Uso de la marca:

La marca es un activo de la empresa y como tal puede ser objeto de comercialización:

- Vender
- Licenciar
- Dar franquicia
- Constituir garantías

Licencia de marca:

El derecho que el empresario cede al licenciatarario o inversor para que este represente a su marca y/o venda sus productos en una zona geográfica determinada.

Principales características de la licencia de marca:

- Cesión de uso de una marca en una región determinada
- Suministro, representación y comercialización de un producto o línea de productos
- Supuesta libertad en los procesos de comercialización
- No se transmite modelo de gestión del negocio
- Asistencia posterior más limitada

Franquicia:

No solo te ofrece una marca y/o productos sino que debería ofrecer y transmitir una experiencia y saber hacer además de una asistencia técnica activa durante el desarrollo de la actividad. El franquiciado es formado y tutelado por el franquiciador que le "presta" un modelo de gestión empresarial basado en su experiencia previa.

Principales características de la franquicia:

- Cesión de uso de una marca en una región determinada
- Suministro, representación y comercialización de un producto o línea de productos .
- Procesos de trabajo predefinidos que deben cumplirse
- Transmisión del modelo de gestión del negocio
- Asistencia posterior en todas las áreas del negocio

MODULO III: OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN

DERECHO DE AUTOR

Ley aplicable: 17.336 de Propiedad Intelectual

¿Qué puede protegerse por derecho de autor?

- Obras literarias y artísticas, y en nuestro país algunas obras tecnológicas.
- La protección del derecho de autor abarca solo las expresiones, pero no las ideas, procedimientos, métodos de operación o conceptos matemáticos en sí.
- En la ley 17,336, artículo 3: Detalle de las obras protegidas.

MODULO III: OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN

DERECHO DE
AUTOR

QUÉ OTORGA:

Derechos patrimoniales, que permiten que el titular de los derechos obtenga compensación financiera por el uso de sus obras por terceros

Derechos morales, que protegen los intereses no patrimoniales del autor.

Departamento de Derechos Intelectuales.

www.ddi.cl

SOFTWARE

Tramitación:

- Formulario de registro.
- Declaración PI si el solicitante es una persona jurídica
- Carta explicando la obra.
- Tasas respectivas: 35% de una UTM, del mes en que se solicita el registro.
- Antecedentes que den cuenta del desarrollo tecnológico o programa, ya sea en forma física o bien en formato digital.

MODULO III: OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN

DERECHO DE
AUTOR

VIGENCIA:

Regla general: Toda la vida del autor, mas 70 años desde su muerte.

Software: Ejecutado por encargo de un tercero o bien por una persona jurídica como empleador la protección es de 70 años a contar de la primera publicación.

MODULO III: OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN

NOMBRES DE DOMINIO

Identificadores de números IP en la red internet. Cada nombre es un identificador del tal número, es nuestro sello en el mundo virtual, y así nos damos a conocer.

- **NIC CHILE:** Proceso de registro

Cumplido con los requisitos de registro queda protegida la denominación en internet.

- **Vigencia:** Indefinida pagando las tasas respectivas.

- 2 años \$18.900

MODULO III: OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN

NOMBRES DE DOMINIO

Verificar que el signo que deseo registrar no sea una marca comercial.

30 días desde su inscripción para que terceros formulen oposición.

Ideal solicitar en paralelo marca y nombre de dominio, aun cuando no tengan listo el sitio web.

65 años
SERCOTEC

U
TALCA
UNIVERSIDAD
CHILE



Ministerio de
Educación

VI&TT
VICERRECTORÍA DE
INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA
TECNOLÓGICA

DTT
DIRECCIÓN DE
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA



Corporación de Desarrollo
Innovación en Educación
Superior