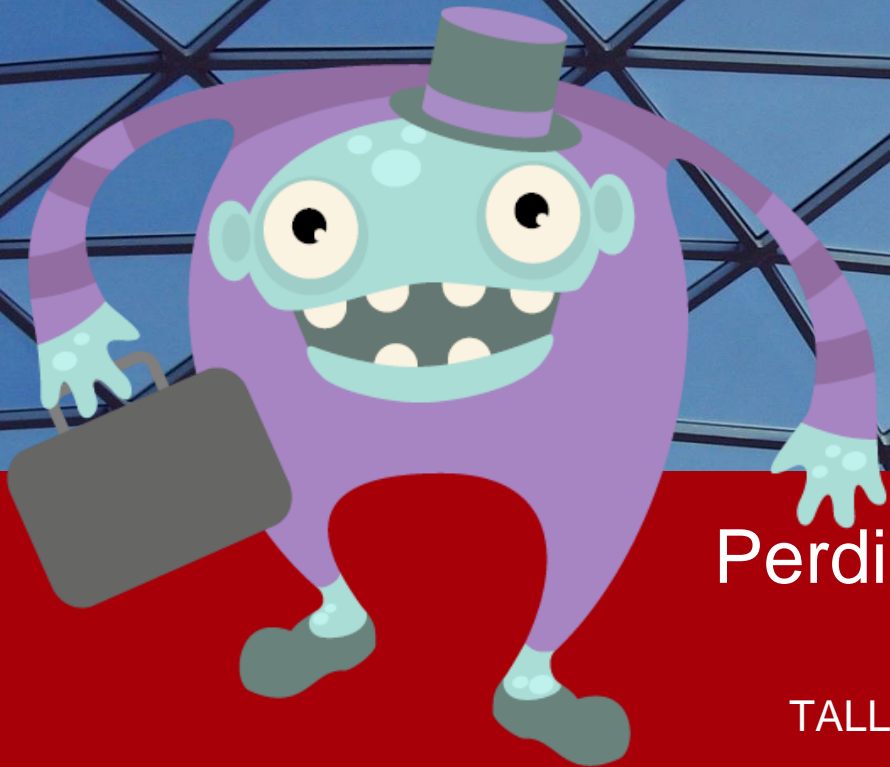


Clarke, Modet & C°

VENEZUELA



# Perdiéndole el Miedo al Monstruo de la Propiedad Intelectual

TALLER PARA FINALISTAS DEL CONCURSO IDEAS

Alejandro Benvenuto

Director Comercial de Clarke, Modet & Co. Venezuela

Líderes en Propiedad Industrial e Intelectual en países de habla Hispana y Portuguesa

© 2014 Clarke, Modet & C° Venezuela

## ¿Qué es la propiedad intelectual?



“La propiedad intelectual es aquella propiedad que adquiere por sí mismo el inventor, el autor o el empresario por la realización de una invención, la creación de una obra de carácter creador, o, el empleo de un signo distintivo para su diferenciación de sus competidores.”

Leonel Salazar R.

¿Qué son los derechos de propiedad intelectual?



Los derechos de propiedad intelectual se asemejan a cualquier otro derecho de propiedad, permiten al creador o al titular de una patente, marca o derecho de autor, beneficiarse de su obra o inversión.

OMPI

# PROPIEDAD INTELECTUAL



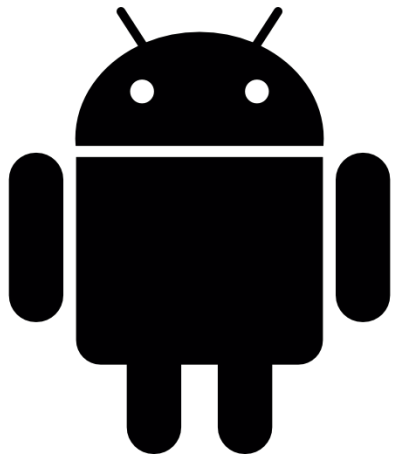
¿Se pueden patentar las ideas?

No... pero si se puede patentar su materialización

# DEFINICIÓN DE MARCAS

“La Marca es un distintivo, un signo destinado a diferenciar los productos y servicios puestos a disposición del público e identificar quién es la persona física o la empresa responsable de suministrarlos.”

Delia Lipszyc



# DEFINICIÓN DE PATENTES



Una patente es un conjunto de **derechos exclusivos** concedidos por un Estado al inventor de un nuevo producto o tecnología, susceptibles de ser explotados comercialmente por un período limitado de tiempo, a cambio de la divulgación de la invención

# DEFINICIÓN DE PATENTES



**VIAGRA<sup>®</sup>**  
(sildenafil)

Novedad

Actividad Inventiva

Aplicación  
Industrial

# DEFINICIÓN DE DERECHOS DE AUTOR



“Las obras acreedoras de la protección del derecho de autor son por lo general todas las creaciones intelectuales originales expresadas en una forma reproducible... la originalidad está referida a la forma particular en que el autor expresa materialmente su idea...”

Gyorgy Boytha



# DOMINIOS WEB

**.US**

**.FITNESS**

**.VE**

**TUMARCA.COM**

**.NET**

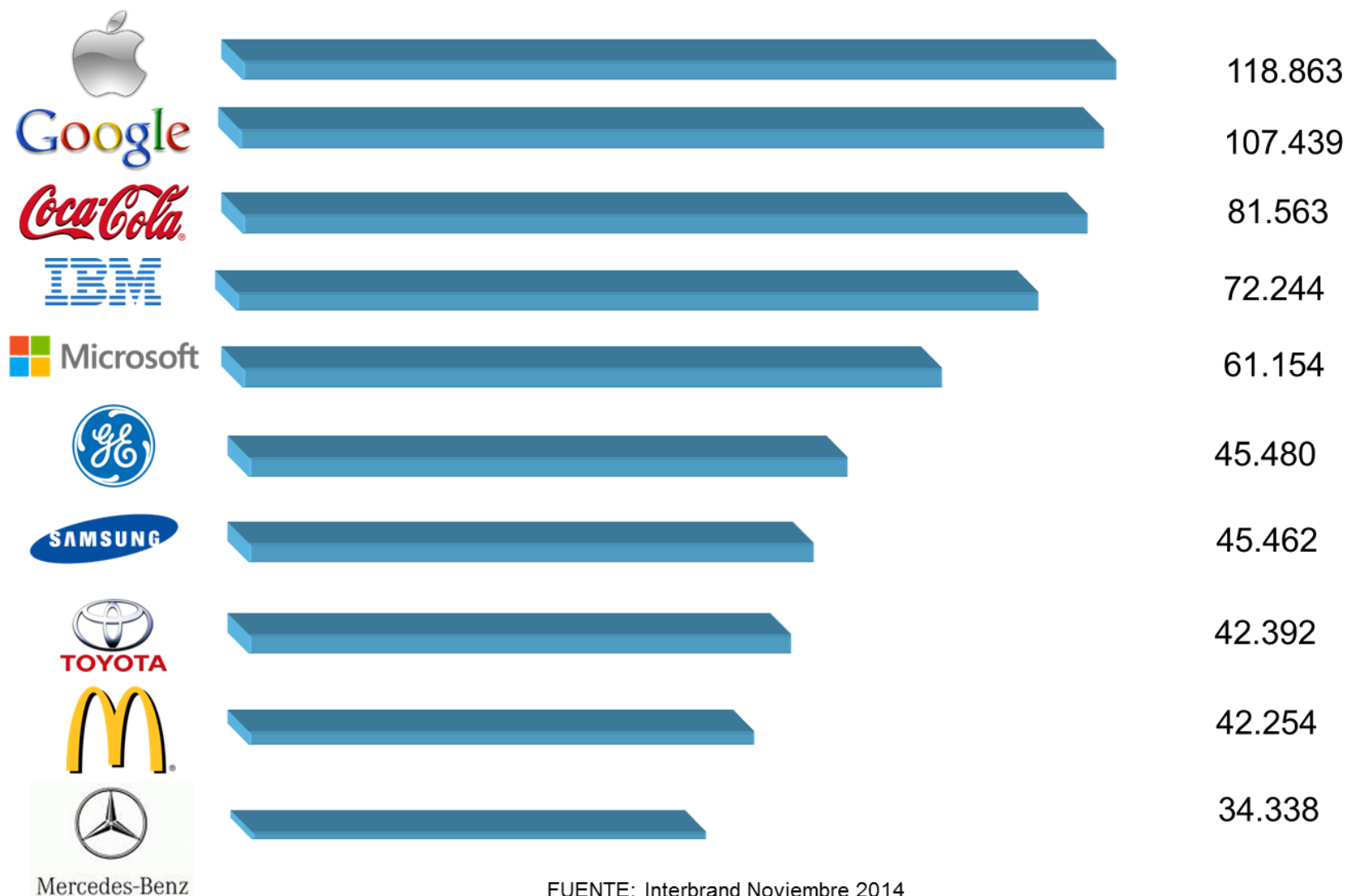
**.BIZ**

**.ORG**

**Tu Marca en Internet**

## EL VALOR DE UNA MARCA

Cifras en Millones de \$



FUENTE: Interbrand Noviembre 2014

# CICLO DE PRODUCTO/SERVICIO



# GESTACIÓN DE LA IDEA

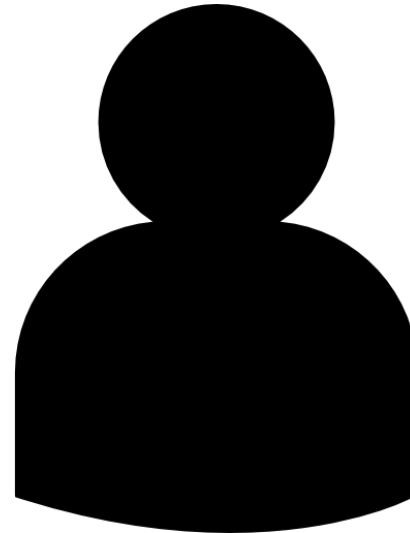
¿Es un producto o un servicio?



¿Existe un mercado?

¿Es reproducible?

¿Cómo lo llamo?



# COMUNICACIÓN DE LA IDEA

¿La comunico?

¿Por qué la comunico?

¿Qué comunico?

¿Cómo la comunico?

¿A quién la comunico?



# ANÁLISIS DEL ENTORNO



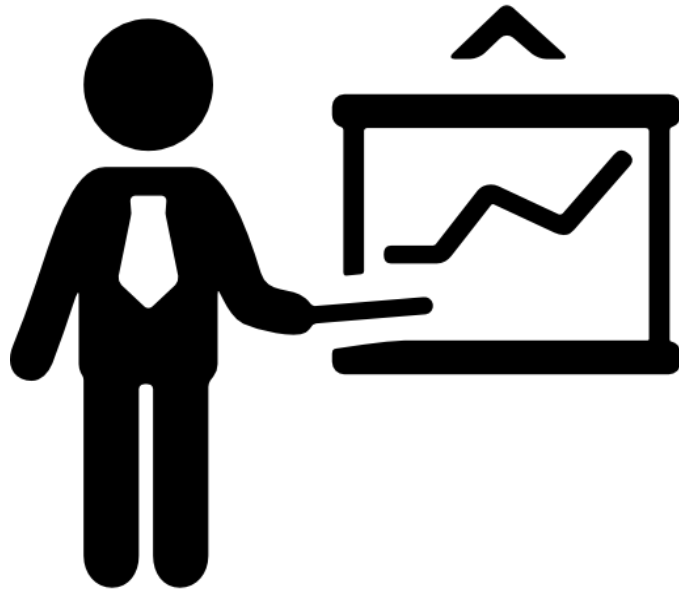
¿Tiene mercado?

¿Es innovador?

¿Existen barreras de entrada?

# PLANIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS

Determinación de metas y objetivos a largo plazo



Acciones para alcanzar las metas

Asignación de recursos

# BÚSQUEDA DE RECURSOS

¿A quién?

¿Qué decir?

¿Cuándo?

¿Cómo decirlo?





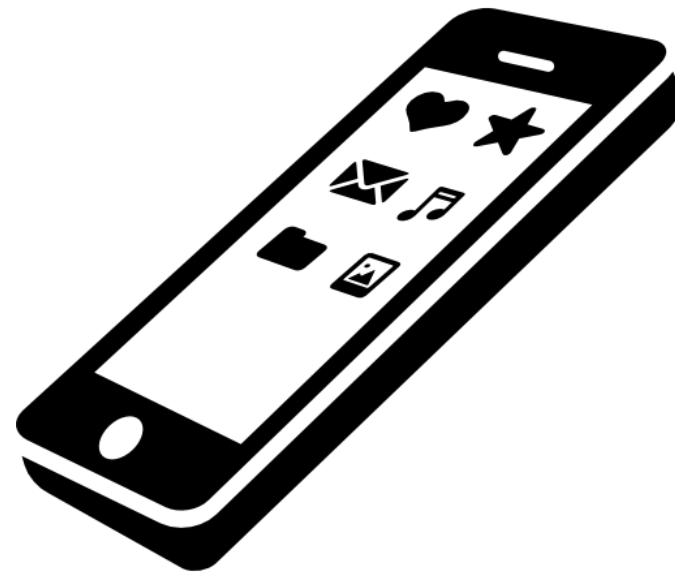
# CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA



Nombre de la empresa ≠ marca

# DESARROLLO DEL PRODUCTO/SERVICIO

Producto  
Precio  
Promoción  
Distribución



# ENTRADA AL MERCADO



No te expongas si no estás debidamente protegido

# ÉXITO O FRACASO



Reputación

Posición en el mercado

Concepción de calidad

# MONITOREO, REVISIÓN Y DESARROLLO

Ahora la Propiedad Intelectual forma parte de ti



# GASTO O COSTO DE REGISTRO

## El “gasto” en registros

- Adecuación entre registro y necesidades de la empresa
- Falta y exceso de protección



## El costo de no hacerlo

- Cuánto vale perder y retirar una marca del mercado
- Cuánto vale infringir la marca de un tercero
- Cuánto vale la empresa sin marcas
- Pierdes la posibilidad de licenciar o vender imagen

# GASTO O COSTO DE REGISTRO

## MARCAS

- Creación de un derecho
- Darle forma jurídica a un bien intangible
- Todas las acciones derivadas de un derecho de propiedad:
- Venta
- Licenciamiento
- Disposición
- Exigir el respeto del mismo

## PATENTES

- Derechos exclusivos
- Sólida posición en el mercado
- Mayor rendimiento de las inversiones
- Oportunidad de vender la invención o cederla bajo licencia
- Aumento del poder de negociación
- Imagen positiva de la empresa

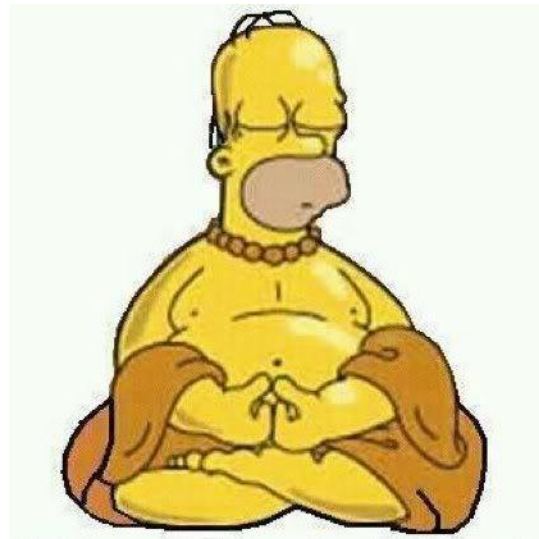
**Capitaliza tus ideas**

# ¿Perdiste el miedo?





# ¿Cómo escoger el nombre de tu marca?



# TIPOS DE MARCAS

Denominativa (fonética)

---

NIKE

Gráfica (logo)

---



Mixta (Palabra + Logo)

---



Lema Comercial

**JUST DO IT.**

# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

Marcas similares o que induzcan a confusión en una misma clase



# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

### Marcas notorias y renombradas



*Coca-Cola*

# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

Signos que reproduzcan o imiten creaciones protegidas por Derecho de Autor u otra figura de Propiedad Intelectual



# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

Nombre o Imagen de otras personas



# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

### Términos contrarios a la moral





# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Impedimentos

- Falta de distintividad / descriptivos: Mi Golfeadito
- Banderas, escudos... oficiales, salvo autorización
- Productos que identifiquen un origen geográfico no real.  
Champagne, Tequila, Roquefort



Diario de Noticias





# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Marca Fuerte - Débil

- Marca de fantasía: Exxon, Kodak
- Marca arbitraria: Camel, Shell, Apple
- Marca sugestiva: La Granja, Cristal
- Marca descriptiva: Aceite Olio
- Marca genérica: Cola, Trigo
- Marcas fuertes debilitadas por uso común: Cestaticket, Kleenex

# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Elecciones acertadas de nombre

Google



P  X A R



# Cómo escoger el nombre de tu marca

## Los 5 factores a tomar en consideración para ponerle nombre a una marca

### Originalidad

No copies ni versiones otro nombre. Hazla divertida.

### Distintividad

La marca debe hacerte único, no uno más del montón. No debe describir el producto.

### Facilidad de nombrar o leer en cualquier idioma

Un nombre complicado solo hará que tu marca sea llamada de muchas maneras

### Longitud

Una palabra corta siempre es mucho más pegajosa.

### Correcta

No debe ofender en ningún idioma, ni tener connotaciones racistas o religiosas.



# Contacto

@CLARKEMODET\_VE

abienvenuto@clarkemodet.com.ve

WWW.CLARKEMODET.COM.VE

## PREGUNTAS Y RESPUESTAS

# Clarke, Modet & C°

## VENEZUELA



[www.clarkemodet.com.ve](http://www.clarkemodet.com.ve)



@clarkemodet\_ve

