

Clarke, Modet & C^o

VENEZUELA



Taller de Propiedad Intelectual Para Emprendedores CONCURSO IDEAS

Alejandro Benvenuto

Director Comercial de Clarke, Modet & Co. Venezuela

PROPIEDAD INTELECTUAL

¿Qué son los derechos de 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.



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

PROPIEDAD INTELECTUAL



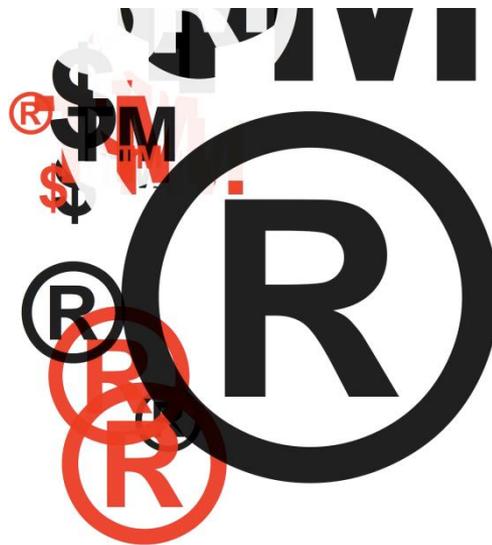
¿Se pueden patentar las ideas?

No... pero sí se puede patentar su materialización

DEFINICIÓN DE MARCA

“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 PATENTE

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 PATENTE



VIAGRA[®]
(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

FORMAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Modalidades Inventivas

Patente de Invención
Modelo de Utilidad

Creaciones de Forma

Modelo Industrial
Diseño Industrial

Signos Distintivos

Marcas Comerciales

Derechos de Autor

Creaciones artísticas
Literarias
Software

Semiconductores

Variedades Vegetales



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

PERSONALIDAD

Personalidad Física

Símbolo

Identifica a la empresa a través de un grafismo que la representa desde el punto de vista material.

ISOLOGO.



Logotipo

Es el nombre de la empresa formado por letras, abreviaturas, números, acrónimos, etc. Pueden tener una tipografía especial y un símbolo.



Nombre comunicativo

Es la denominación por la que es reconocida una empresa, y por lo general, es diferente del nombre jurídico o razón social de la empresa. Lo que queda en la mente es el nombre.

Un buen nombre constituye un valioso activo para una empresa

DOMINIOS WEB / RRSS

.US

.FITNESS

.VE

TUMARCA.COM

.NET

.BIZ

.ORG



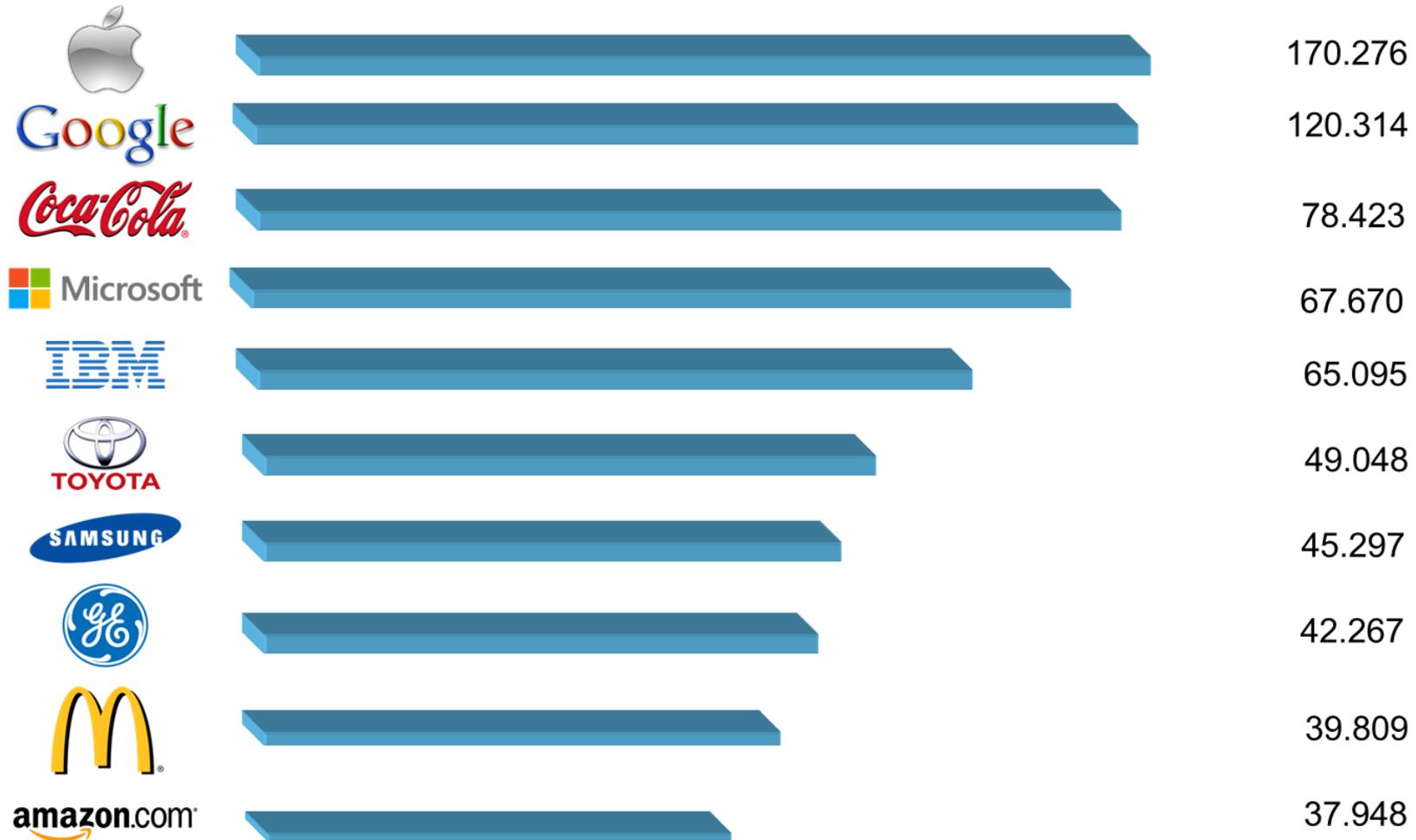
Tu Marca en Internet

Fuente: Frost & Sullivan Technical Insights

Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

EL VALOR DE UNA MARCA

Cifras en Millones de \$



FUENTE: Interbrand Octubre 2015

Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

CICLO DE PRODUCTO/SERVICIO



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

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 \neq 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



ESTRATEGIA DE REGISTRO

MARCAS

- ✓ Clasificación de Niza
- ✓ Búsqueda de disponibilidad del nombre y logo
- ✓ Definir estrategia de registro nacional e internacional
 - ✓ Por qué
 - ✓ En dónde
 - ✓ Cuándo
 - ✓ Cuánto
- ✓ Vigilancia y oposiciones a terceros
- ✓ Renovación
- ✓ Valoración

PROTEGER NUESTRA MARCA...¿UN GASTO?

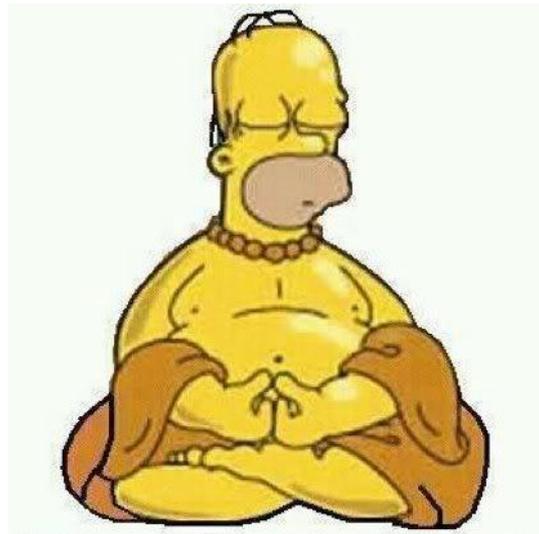


- ✓ El costo de no hacerlo
- ✓ Cuánto vale perder y retirar una marca del mercado
- ✓ Cuánto vale infringir la marca de un tercero
- ✓ Cuánto vale la empresa sin marcas
- ✓ Pierdes la posibilidad de licenciar o vender imagen

¿Perdiste el miedo?



¿Cómo escoger el nombre de tu marca?



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

TIPOS DE MARCA

Denominativa (fonética)

Nike

Gráfica (logo)



Mixta (Palabra + Logo)



Lema Comercial



IMPEDIMENTOS

Marcas similares o que induzcan a confusión en una misma clase



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

IMPEDIMENTOS

Marcas notorias y renombradas



IMPEDIMENTOS

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



IMPEDIMENTOS

Nombre o Imagen de otras personas



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

IMPEDIMENTOS

Términos contrarios a la moral



Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

IMPEDIMENTOS

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



MARCA FUERTE – MARCA 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

ELECCIONES ACERTADAS DE NOMBRE

Google



P  X A R

CÓMO CREAR UNA 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.

OTROS ASPECTOS IMPORTANTES

- ✓ Iniciar tu estrategia de branding sabiendo que eres el único el dueño de la marca.
- ✓ Incorporar la gestión de las marcas a los procesos de calidad coordinando a los Departamentos de Producción, Marketing, Comercial y Jurídico.
- ✓ Revisión periódica y actualización de la cartera.
- ✓ Nuevos productos/servicios: definir estrategia de marcas.
- ✓ Poseer tus dominios y redes sociales.



NUESTRAS REDES SOCIALES



@CLARKEMODET_VE



Clarke, Modet & Co. Venezuela

abenvenuto@clarkemodet.com.ve

WWW.CLARKEMODET.COM.VE

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

Confidencial – Para uso exclusivo de Clarke, Modet & Co. Venezuela

Clarke, Modet & C^o

VENEZUELA

