



Clarke, Modet & C°
VENEZUELA

TALLER BÁSICO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Semifinalistas
Concurso IDEAS
Septiembre 2018

NUESTRAS REDES SOCIALES



@CLARKEMODET_VE



Clarke, Modet & Co. Venezuela

abenvenuto@clarkemodet.com.ve

WWW.CLARKEMODET.COM.VE

DEFINICIONES



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.

- ✓ Derecho Moral
- ✓ Derecho Patrimonial



SI NO PROTEGEMOS

**NO PROTEGER = RENUNCIA AL BENEFICIO
SOBRE NUESTRO CONOCIMIENTO**



PELIGROS Y SUS COSTOS



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
- ✓ Cuánto vale no patentar una invención
- ✓ Pierdes la posibilidad de licenciar o vender imagen

FORMAS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Modalidades Inventivas

Patente de Invención
Modelo de Utilidad

Creaciones de Forma

Modelo Industrial
Diseño Industrial

Signos Distintivos

Marcas Comerciales

Denominaciones de Origen

Derechos de Autor

Creaciones Artísticas y Literarias
Software

Semiconductores

Variedades Vegetales



SIGNOS DISTINTIVOS



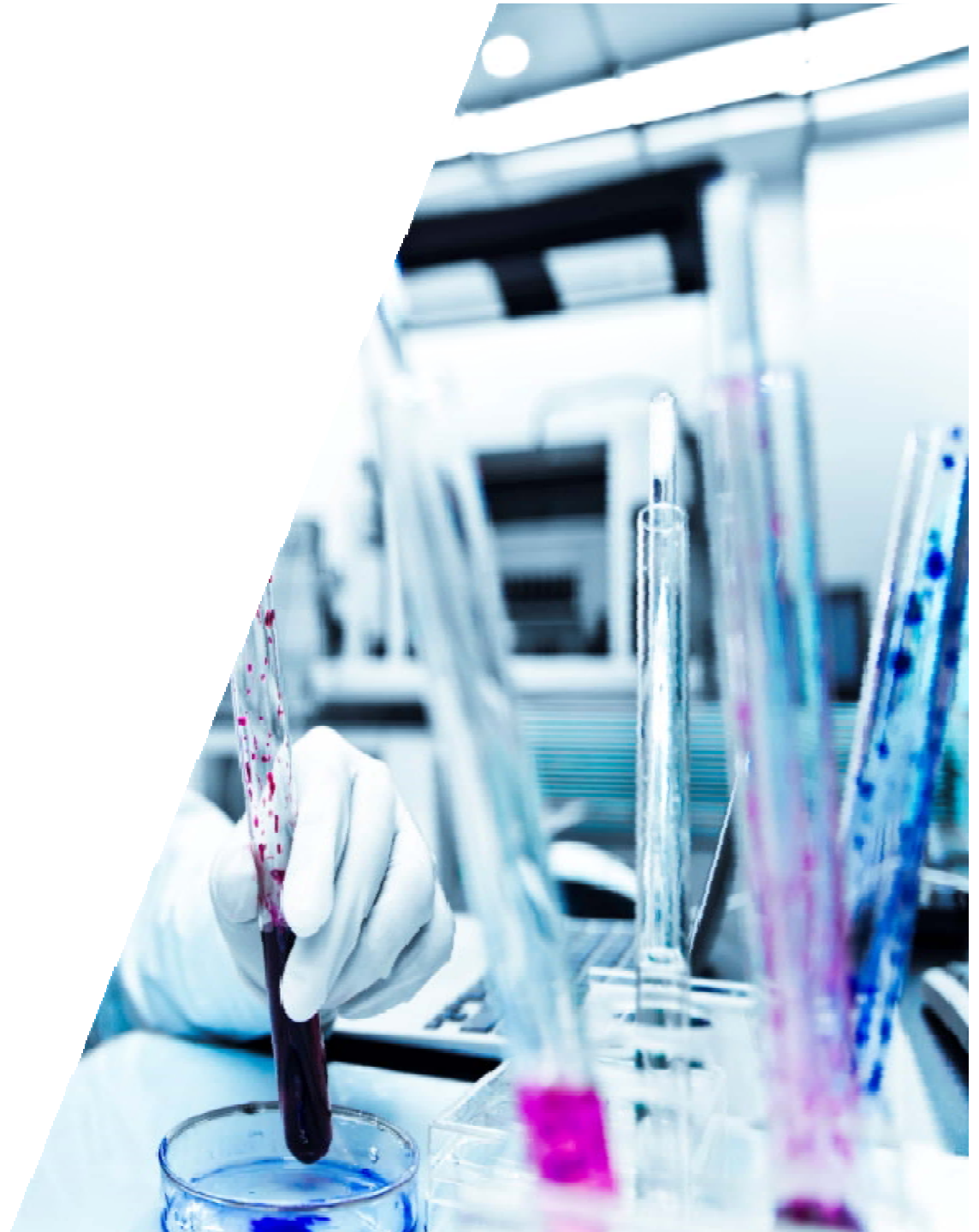
UNA DEFINICIÓN DE MARCA

“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

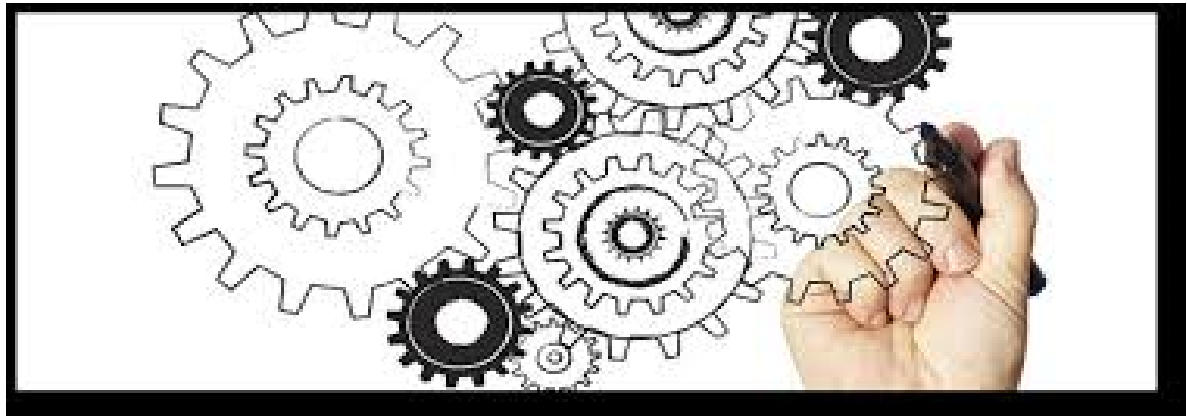


PATENTES



UNA DEFINICIÓN

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



REQUISITOS



VIAGRA[®]
(sildenafil)

- ✓ **Novedad**
- ✓ **Actividad Inventiva**
- ✓ **Aplicación Industrial**



DERECHOS DE AUTOR

UNA DEFINICIÓN

“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...”

- ✓ Derecho Moral
- ✓ Derecho Patrimonial



y Boytha

MARCAS Y BRANDING



CARACTERÍSTICAS

Aptitud
distintiva

Indicadora
del origen
empresarial

Novedad

PERSONALIDAD FÍSICA

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.

Símbolo

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

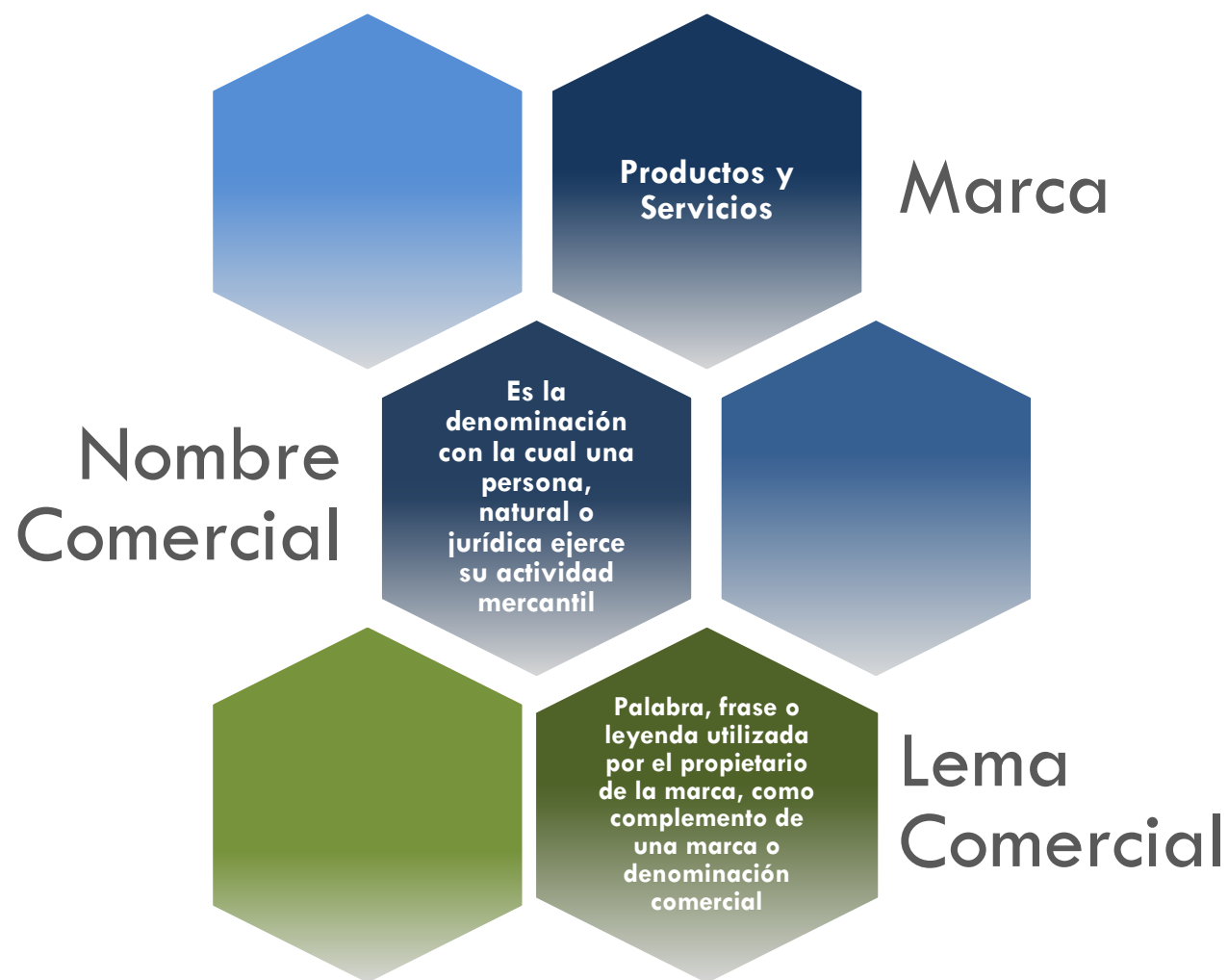


Logotipo

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



TIPOS DE MARCAS



TIPOS DE MARCAS REGISTRABLES

Denominativa (fonética)

Nike

Gráfica (logo)



Mixta (Palabra + Logo)



Lema Comercial



DOMINIOS Y RRSS

.US

.FITNESS

.VE

LAMARCA.COM

.NET

.BIZ

.ORG



Tu Marca en Internet

Fuente: Frost & Sullivan Technical Insights

Y TAMBIÉN EN INTERNET

- ✓ **Contenidos**
- ✓ **Las Imágenes**
- ✓ **Aviso Legal**



CLASIFICACIÓN DE NIZA

- CLASES DE PRODUCTOS 1 – 34
- CLASES DE SERVICIOS 35 - 45

CONVIVENCIA EN CLASES DISTINTAS



CLASE INTERNACIONAL 39



CLASE INTERNACIONAL 30

PRIVA EL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

EVOLUCIÓN



1898 1906 1909 1936 1945 1951 1953 1962



1965 1971 1987 1991 1996 2003 2006 2009



1886 1890 1900 1905s 1940 1950

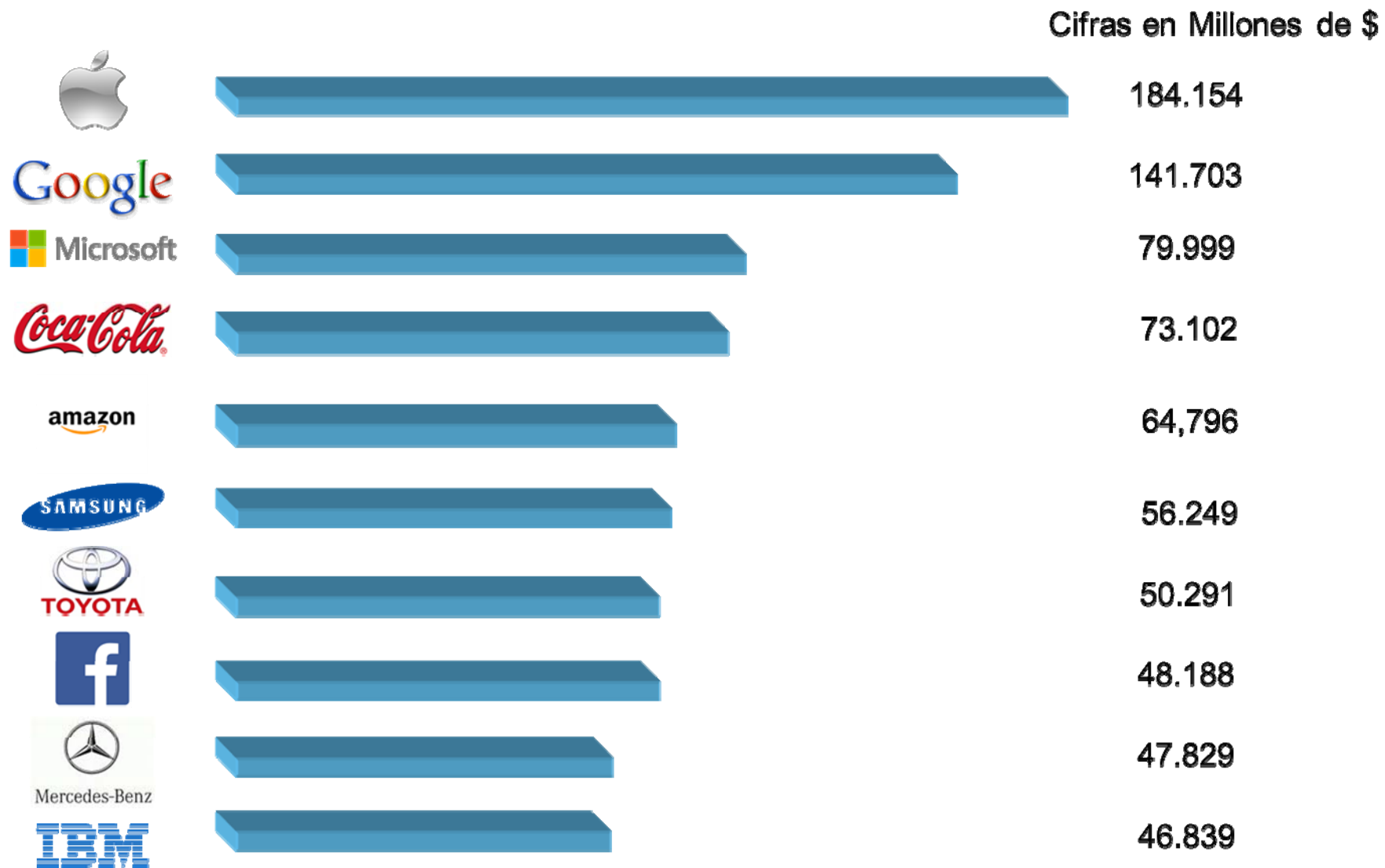


1969 1985 1987 1993 2003 2007



VALOR DE UNA MARCA

VALOR DE LAS MARCAS



FUENTE: Interbrand Noviembre 2017

RAZONES PARA VALORAR MARCAS Y OTROS ACTIVOS

Consiste en dar una opinión del valor de los activos intangibles en base a su potencial beneficio económico que puede aportar a la empresa u organización.

Las principales razones para realizar una valoración pueden ser:

Financieras o contables

- **Búsqueda de socios capitalistas**
- **Búsqueda de financiación.**
- **Conocer el potencial uso económico.**
- **Para la negociación y orientación en operaciones de fusiones y adquisiciones.**

Marketing o comerciales

- **Para la toma de decisiones estratégicas.**
- **Maximizar explotación.**
- **Para la concesión de licencias.**

Legales

- **Elementos de apoyo en casos de herencias, indemnización por daños, concurso de acreedores, pleitos, entre otros.**



ESTRATEGIA DE REGISTRO

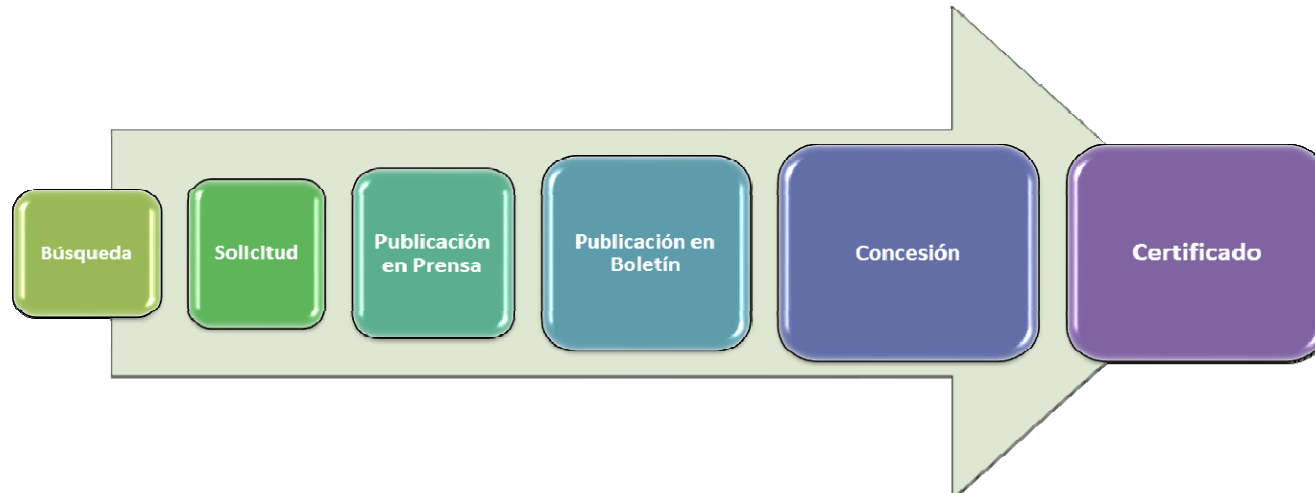
ESTRATEGIA DE REGISTRO

ESTRATEGIA VS TRÁMITE

- ✓ Definir estrategia de registro nacional e internacional
 - ✓ Qué
 - ✓ En dónde
 - ✓ Cuándo
 - ✓ Cuánto
- ✓ Clasificación de Niza
- ✓ Búsqueda de disponibilidad del nombre y logo
- ✓ Solicitud y Requisitos
- ✓ Vigilancia y oposiciones a terceros
- ✓ Licenciamiento
- ✓ Renovación



PROCESO DE REGISTRO



1. Búsqueda previa (obligatoria) de la marca en las clases requeridas ante el SAPI e informe:
 - Denominativa: 5 a 10 días hábiles si es denominativa
 - Gráfica: 4 semanas aproximadamente.
2. Introducción de la Solicitud hasta la Orden de Publicación en Prensa y Orden de Publicación en Boletín, pueden llevarse unos 6 meses entre las dos.
3. Concesión: puede transcurrir aproximadamente entre 12 y 18 meses después.
4. Y finalmente la entrega del Certificado de Registro.

Sin embargo, los tiempos del trámite en todas sus fases no afectan su expectativa de derecho.

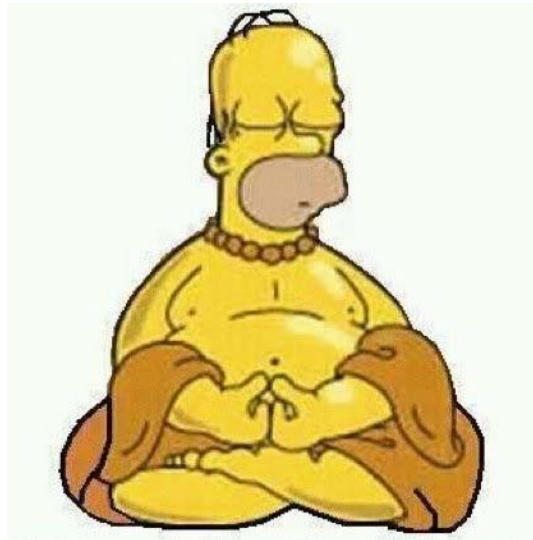
Estos plazos se cumplirán siempre y cuando el proceso fluya con normalidad y no se presenten Oposiciones a su solicitud.

EL NOMBRE DE TU MARCA



Y COMO LO LLAMO.....?

???



Y COMO NO.....?

Marcas similares o que induzcan a confusión en una misma clase



TAMPOCO DE ESTA MANERA...?

Marcas notorias y renombradas



Y MUCHO MENOS!!

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



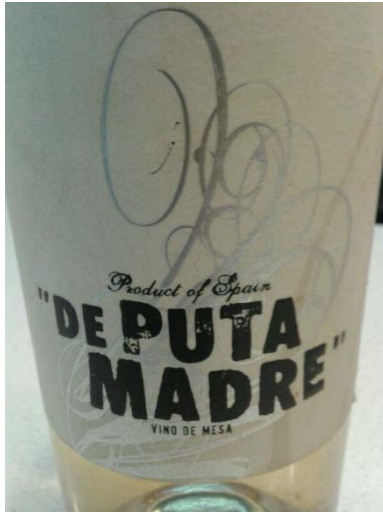
FE DE BAUTISMO

Nombre o Imagen de otras personas



NO, NO Y NO !!!!

Términos contrarios a la moral



NO LO DESCRIBAS, NO DIGAS QUE ERES DE AHÍ

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



OTRAS QUE NO... Y LAS QUE SÍ

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

5 FACTORES

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. |

RESUMEN

- ✓ 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

