

Técnicas y Herramientas Modernas

Informe propiedad intelectual

MARCAS REGISTRADAS



Grupo Dream Team
Comadran Amparo
Torrent Sol
Videla Ana
Sánchez Aldana

Índice general

1. Introducción	2
2. Gestión de marca y propiedad intelectual	3
2.1. Definición	3
2.2. Registro de una marca	3
2.3. Beneficios de registrar una marca	4
2.4. Riesgos de no registrarla	4
2.5. Oportunidad de negocio	4
3. Conclusión	6
4. Bibliografía	7

Introducción

El miércoles 27 de abril asistimos a la decima jornada de propiedad intelectual. La misma fue dada en el CICUNC de la universidad. Para comenzar se desarrollará una definición del tema a abordar. La propiedad intelectual es una regulación que engloba los derechos de los creadores y los autores, a partir de la misma, es posible su protección, organización y defensa frente a terceros. Es decir que es el derecho de las ideas y creaciones. Es un incentivo a la gente a crear, ya que se protege la misma y se le da un valor y una identificación propia.

Gestión de marca y propiedad intelectual

En este informe abordaremos un caso de propiedad intelectual, específicamente se hablará de como registrar una marca, tanto los beneficios y riesgos de la misma y la utilidad que tiene a la hora de comercializarla llegado el caso.

2.1. Definición

Una marca es un nombre, termino, diseño, símbolo, o cualquier otra característica que identifica los bienes y servicios de un vendedor y los diferencia formalmente de su competencia. Cabe aclarar que no todos los logos son marcas ya que la misma puede estar constituida por el logo y un conjunto de otros signos como el nombre, frase, iconografía, entre otros. Por ende, podemos decir que una marca es una combinación de atributos tangibles e intangibles, que si se gestiona adecuadamente genera valor e influencia.

2.2. Registro de una marca

El Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual (INPI) es el organismo estatal de registro de marcas en Argentina. Antes de registrar una marca se debe cumplir con ciertos requisitos previos:

- Declarar un domicilio legal electrónico.
- Ser mayor de edad.
- Contar con clave fiscal nivel 2 y vincular el servicio del INPI en la cuanta de AFIP para registrarla en el portal.

Una vez cumplidos estos requisitos se puede continuar con el registro, pero cabe aclarar que antes de comenzar a registrar la marca es importante investigar si esta está disponible o si ya fue registrada anteriormente por otra persona. En Argentina este registro se puede llevar de manera virtual a traves de la pagina web del INPI en la sección portal tramites, donde se debe cumplir los siguientes pasos:

- Clasificar la marca.
- Ingresar al portal de tramites con la clave fiscal y completar cual es el tipo de marca, elegir la clase e informar sobre la titularidad.
- Firmar el formulario de registro de marca electrónicamente.
- Pagar el trámite.
- Hacer el seguimiento de la solicitud.

El registro de una marca lleva entre 12 y 24 meses. Todo registro de marca en Argentina tiene una vigencia de 10 años a partir de su concesión y se pueden renovar por el mismo plazo. Cabe aclarar que registrar la marca en Argentina no implica que quede registrada a nivel internacional, por lo que se debe registrar la marca en los países que se va a comercializar. Para ello, se puede utilizar las ventajas del derecho de propiedad incluida en el Convenio de Paris.

2.3. Beneficios de registrar una marca

Registrar una marca garantiza la propiedad, por ende, se impide que terceros, sin autorización, comercialicen productos o servicios con la misma marca o una similar que pueda crear confusión. Es decir que uno no es dueño de su marca hasta no registrarla. Al registrarla y adquirir derechos sobre la misma puede disponer de ella como si fuese cualquier otro bien, es decir la puede transferir libremente, autorizar o licenciar su uso a terceros, gratis o a cambio de dinero. A continuación, se detallan 3 ventajas de registrar la marca:

- Propiedad: las marcas son activos intangibles. Al registrarla, se incorpora al patrimonio de la empresa.
- Exclusividad: brinda derechos a impedir que terceros utilicen la misma.
- Orden: el registro permite que los terceros conozcan quien es el propietario de la marca (evita que se generen situaciones de incertidumbre).

2.4. Riesgos de no registrarla

Hay muchas desventajas de no registrar una marca. En primer lugar, no se cuenta con derecho de propiedad, lo que implica vulnerabilidad a la hora de invertir en publicidad de un negocio. Otra desventaja es la exposición al robo ya que cualquier tercero es libre ante el registro de marca. Al no estar registrada la marca no puede servir de garantía o ser parte de una franquicia, esto representa una pérdida de oportunidad de negocio. Por último, puede crear confusiones ya que si ingresa una marca similar los clientes pueden creer que se trata del mismo producto.

2.5. Oportunidad de negocio

Una forma muy habitual de explotación marcaria es autorizar el uso a través de contratos de licencia o de franquicia permitiéndole al titular de la marca una difusión que solo no podría lograr, o al menos, le costaría un mayor esfuerzo. La franquicia consiste en un modelo de negocio en el que una persona física o jurídica otorga el derecho a un tercero de utilizar su marca y trabajar bajo su mismo sistema comercial. Por ello es una oportunidad de

negocio en la cual solo se puede acceder con una marca registrada. Existen dos partes, por un lado, se encuentra el franquiciante al cual le corresponde recibir pagos correspondientes al derecho de la marca, así como el control del manejo de la misma. Por otro lado, se encuentra el franquiciado el cual efectúa el pago del derecho, mantiene una coordinación constante con el franquiciante y respeta las políticas establecidas respecto a la calidad, precio, atención al cliente entre otras. Este modelo cuenta con varias ventajas ya que suelen tener un crecimiento rápido ya que es una marca conocida previamente, y normalmente traspasa fronteras; además viene acompañado de que existe un menor riesgo comercial y financiero ya que el éxito de explotar una marca ya conocida, y escoger un lugar adecuado para ello puede ser sinónimo de garantía.

Conclusión

Situándonos en el marco de las empresas, podemos ver lo importante que es para las mismas patentar sus marcas, utilizando la propiedad intelectual como una herramienta que estimula la innovación y estrategia empresarial. Con este análisis, aprendimos como lo intangible puede ser protegido y administrado de forma eficiente. Por otro lado, nos fue de gran utilidad asistir a las jornadas ya que tuvimos la oportunidad de escuchar a personas especializadas en el tema, las cuales nos brindaron distintas perspectivas del mismo. Un ejemplo fue Jorge Vásquez (chileno, director de Transforme), el cual hablo sobre innovación y propiedad intelectual y explico que la mayoría de las ideas e iniciativas se dan ante una necesidad de solucionar un problema eficientemente. Finalmente pudimos observar que es un tema muy importante, el cual se da en muchos ámbitos, y es crucial saber cuando utilizarlo para la protección de nuestras ideas y creaciones ya que nos brinda derechos sobre las mismas.

Bibliografía

Guías Paso a Paso — AFIP - Administración Federal de Ingresos Públicos
Información Tecnológica — Argentina.gob.ar
Instituto Nacional de la Propiedad Industrial - INPI - Argentina
TMView (tmdn.org)
infoleg
Instituto Nacional de la Propiedad Industrial - INPI - Argentina
<https://portaltramites.inpi.gob.ar/Instructivos/Pago.pdf>