



M&R
ENTERPRISE ABOGADOS S.C.®

MARCAS Y PATENTES

LEGISLACIÓN

NACIONAL

Constitución Política de los Estados
Unidos Mexicanos (Art. 28)
Ley Federal de Protección a la
Propiedad Industrial y su Reglamento
Ley Federal de Derechos de Autor y
su Reglamento

INTERNACIONAL

Convenio de Paris
Convenio de Berna
Tratados de Libre Comercio

INDUCCIÓN

- ▶ Es razonable que aquella persona que invierte tiempo y esfuerzo para desarrollar su creación, obtenga reconocimiento y beneficios como resultado. Esta creación se da gracias al desarrollo del intelecto humano con su capacidad de crear e innovar. En consecuencia, al protegerse los derechos de autor, se convierte en un incentivo para incrementar esfuerzos futuros, dado que la retribución financiera es una motivación para seguir creando.

- ▶ La P.I. es una creación del intelecto y *es propiedad* de su creador.

Se considera una propiedad *intangibile* del creador que puede comercializarse y venderse como cualquier otra propiedad tangible, como un terreno.

CONCEPTO

“La expresión 'propiedad intelectual' se reserva a los tipos de propiedad que son el resultado de creaciones de la mente humana, del intelecto". *(Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)*

La organización Mundial de Propiedad Intelectual-OMPI

Es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). La misión de la OMPI es llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de P.I. equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos.

EJEMPLO DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

LA FORMULA DE LA COCA-COLA es uno de los Secretos Industriales mejor guardados del mundo

LA BOTELLA DE LA COCA-COLA en sus inicios fue protegida como un Diseño Industrial, y fue la primera Marca Tridimensional protegida en el mundo.

LOS SLOGAN Y LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DE COCA-COLA están protegidas como derechos de autor o Avisos Comerciales.

COCA-COLA es la Marca Registrada más famosa del mundo.

UNIVERSO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Patentes
Modelos de Utilidad
Diseños Industriales
Circuitos Integrados
Secretos Industriales

SIGNOS DISTINTIVOS

Marcas
Marca Colectiva
Nombres Comerciales
Avisos Comerciales
Denominación de Origen

DERECHOS DE OBTENTOR (SAGARPA)

Variedades vegetales

DERECHOS DE AUTOR

OBRAS

Literarias, musicales, artísticas
fotográficas, cinematográficas,
arquitectónica, dramática...
Software

DERECHOS CONEXOS

Artistas intérpretes o ejecutantes
Editores de libros
Productores de fonogramas
Productores de videogramas
Organismos de radiodifusión
Señales de Satélite

PATENTES

Una patente es un documento que otorga a su autor los derechos exclusivos sobre una invención y le permite decidir sobre el uso de este por parte de terceros, es decir, para que sólo pueda ser explotada comercialmente con la autorización del titular de la patente.

Una patente brinda protección a cualquier invención, sean procesos o productos, en todos los aspectos tecnológicos.

La duración de la patente suele ser de 20 años a partir de la fecha en la cual se presentó la solicitud y solo en aquellos países en los que se haya hecho esta solicitud de patente.

REQUISITOS:

- **NOVEDAD INTERNACIONAL**
- **APLICACIÓN INDUSTRIAL**
- **ACTIVIDAD INVENTIVA**

MODELO DE UTILIDAD

MODIFICACIÓN O MEJORAS TÉCNICAS EN CUANTO A LA FUNCIÓN O USO

HERRAMIENTAS, UTENSILIOS, APARATOS
O MAQUINARIAS QUE FACILITAN LA
VIDA DIARIA: 15 AÑOS.

REQUISITOS

NOVEDAD INTERNACIONAL
APLICACIÓN INDUSTRIAL

DISEÑO INDUSTRIAL



INVENCIONES

COMBINACION DE FIGURAS, LINEAS O
COLORES, TRAZOS,
FORMAS 2D, FORMAS 3D

DERECHO OTORGADO POR EL ESTADO
RESPECTO A UN PRODUCTO POR SU ASPECTO
ESTETICO U ORNAMENTAL: 5 AÑOS RENOVABLES.

REQUISITOS:

- NOVEDAD INTERNACIONAL
- APLICACIÓN INDUSTRIAL

DIBUJOS INDUSTRIALES

“Un dibujo o modelo (diseño) industrial constituye el aspecto ornamental o estético de un artículo. El dibujo o modelo puede consistir en rasgos tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o en rasgos bidimensionales, como motivos, líneas o colores.” (OMPI, 2014)

La protección de un Dibujo Industrial es diferente al de una patente dado que el dibujo está relacionado directamente con el diseño o apariencia del artículo y no con su funcionalidad y utilidad industrial como en el caso de las patentes.

Esta protección le brinda al titular el derecho a decidir sobre el uso o explotación comercial por parte de terceros y la duración de su protección varía según la legislación de cada país en el cual se haya solicitado la protección.

SIGNOS DISTINTIVOS



Signo perceptible por **los sentidos y susceptible de representarse** de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

WALMART

A QUE NO PUEDES
COMER SOLO UNA



SIGNOS DISTINTIVOS

Marcas

Nombre comercial

Aviso comercial

AVISOS COMERCIALES

Se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de otros de su misma especie o clase en el mercado.

"A que no puedes comer solo una"

Sabritas

"El arte de hacer papas"

Chip's

"Soy totalmente Palacio"

El Palacio de Hierro

"La moda al mejor precio"

Suburbia

"Destapa la felicidad"

Coca Cola

MARCAS

- ▶ Según la OMPI una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios que ofrece una empresa de los de otra.
- ▶ Existen diferentes signos que pueden ser registrados como marcas tales como logos, colores, hologramas, olores y sonidos. Igualmente, pueden ser distintivos de un producto como tal las marcas compuestas por palabras, cifras, abreviaturas, apellidos.

TIPOS DE MARCAS



NOMINATIVAS

Protegemos fonéticamente como suena la marca, sin ninguna imagen en especial.

LEVIS AEROMEXICO

INNOMINADA

Protegemos tan solo la imagen, sin ningún elemento fonético

TRIDIMENSIONALES

Protegemos la forma de un producto, sus envases o envolturas siempre y cuando distinga el producto y no corresponda a una forma usual en el mercado.

MIXTA

Protegemos de manera conjunta el nombre y la imagen

HOLOGRÁFICAS

crear imágenes que tienen un aspecto 3D.

SONORAS, OLFATIVAS

Cómo se obtienen los derechos?

En México, cualquier persona podrá hacer uso de una marca, sin embargo, **el derecho al uso exclusivo de ésta, solo se obtiene mediante su registro ante el IMPI.**



Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, solo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el Sistema de Propiedad Industrial en nuestro país.

Fue creado por Decreto Presidencial el 10 de diciembre de 1993.

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

34 CLASES DE PRODUCTOS Y 11 CLASES DE SERVICIOS

El ámbito de protección que otorga una marca se limita a los productos o servicios para los cuales se encuentra registrada.

PRINCIPIO DE TEMPORABILIDAD

El registro de marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración.

La renovación podrá hacerse ya sea seis meses antes de la vigencia o bien seis meses después.

6 MESES
ANTES

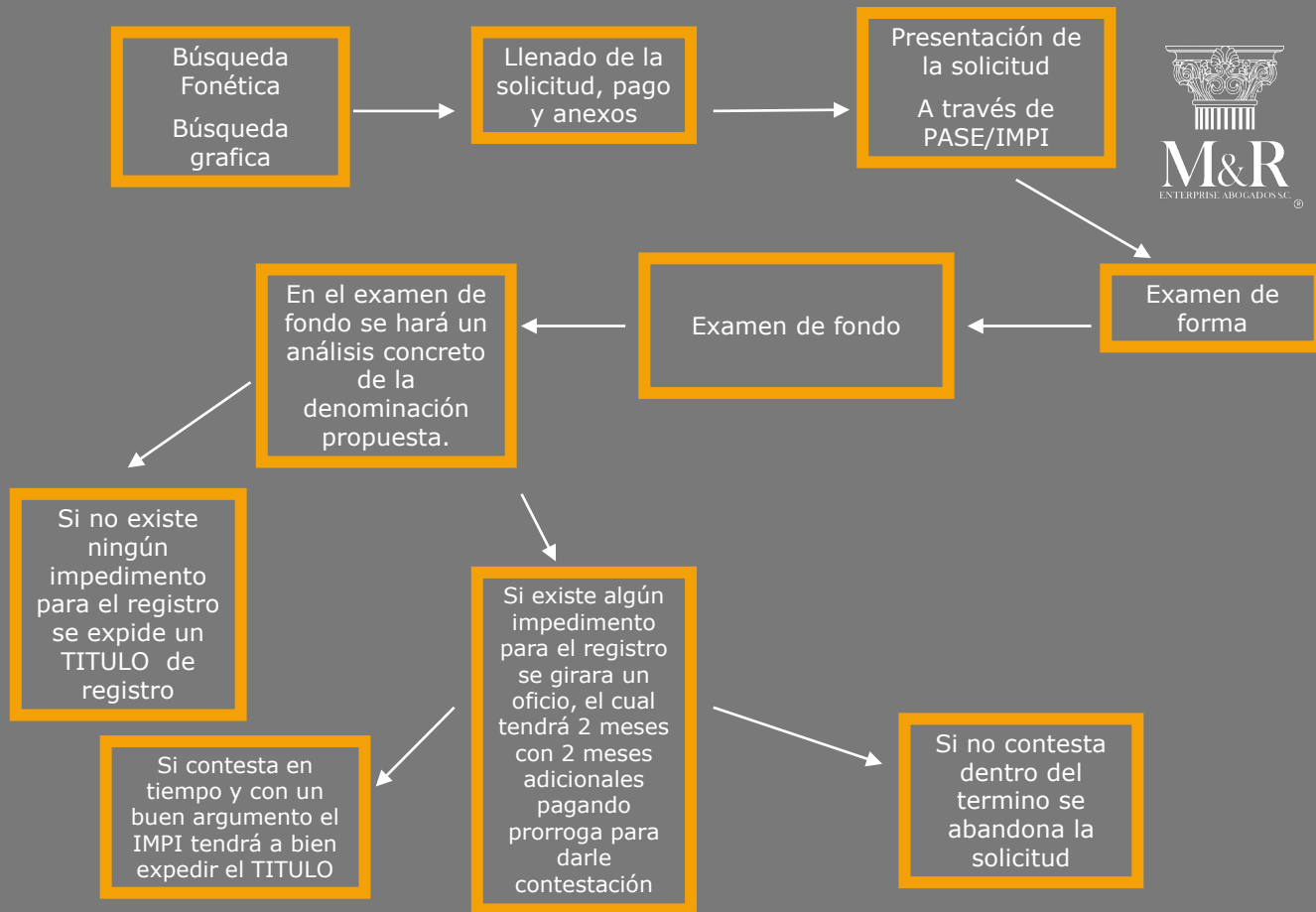


6 MESES
DESPUES

MARCAS NO REGISTRABLES

- ▶ Por no ser distintivas
- ▶ Por ser descriptivas
- ▶ Por tratarse de símbolos oficiales
- ▶ Por inducir al error o confusión
- ▶ Por estar íntimamente vinculadas a una persona o empresa
- ▶ Por afectarse derechos sobre marcas, previamente reconocidas
- ▶ Contrarias al orden público y moral
- ▶ Descriptivas de los productos o servicios

Pasos



Se expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro

REGISTRO INTERNACIONAL

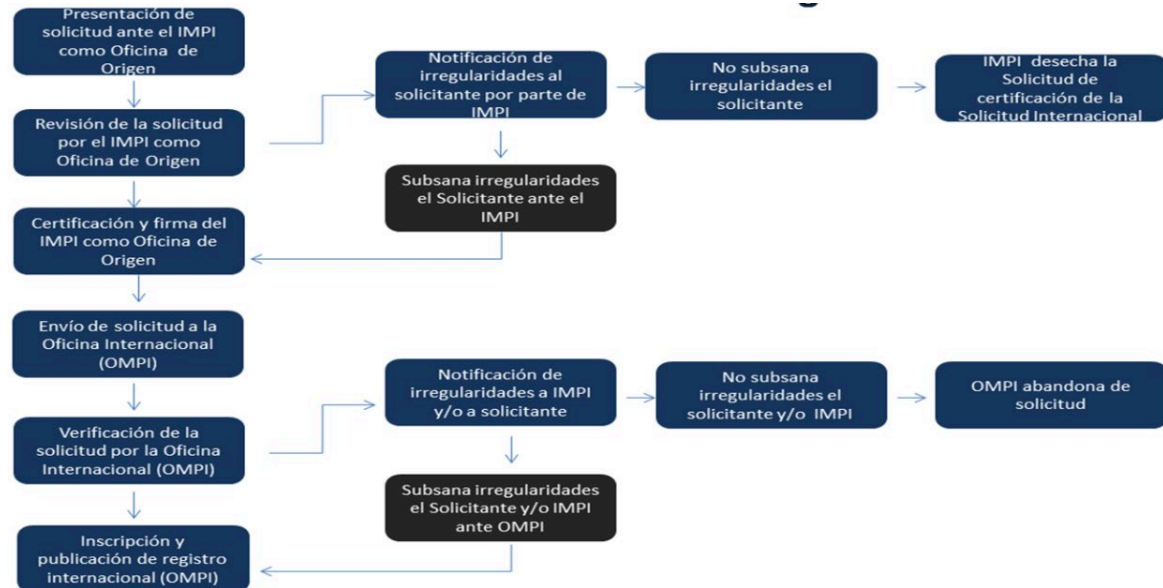
Sistema de Madrid

Procedimiento de la presentación o tramitación de una Solicitud Internacional en virtud del Protocolo de Madrid.



En el proceso de un registro internacional intervienen tres actores principales:

- 1.La Oficina de Origen (de la solicitud o registro de base);
- 2.La Oficina Internacional, y
- 3.Las Oficinas Nacionales designadas en la solicitud.



TARIFAS

Artículo	Concepto	Tarifas
14a	Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca, aviso comercial o nombre comercial hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título;	\$2,695.18
14c	Por la renovación de un registro de marca, aviso comercial o nombre comercial nacional, por cada clase;	\$2,597.77
14d	Por la declaración de uso de marca;	\$985.67

BENEFICIOS

- Derecho exclusivo
- Reclamación de daño patrimonial
- Transmisión de derechos (licencias)
- Reconocimiento Nacional
- Posibilidad de registro internacional
- Posicionamiento y reconocimiento público
- Identidad