

Hoy en día nadie pone en duda, que los derechos de Propiedad Industrial (PI) (patentes, diseños industriales y marcas) se han convertido en un instrumento indispensable, para aumentar la competitividad de las empresas.

Si las empresas españolas quieren mejorar y afianzar su posición en los mercados globales, deben hacer un uso estratégico de la Propiedad Industrial como factor de diferenciación y especialización lo que a su vez, redundará en un mayor rendimiento del sistema productivo español a largo plazo.

El 25 de julio de 2015 se publicó la Ley 24/2015 de 24 de julio, de Patentes que ha entrado en vigor el 1 de abril de 2017.

Esta Ley equipara la normativa española sobre Patentes al ámbito internacional y fortalece el sistema de Patentes nacional, estableciendo un marco legal que prima la actividad verdaderamente inventiva y novedosa, implantando un único procedimiento de concesión que beneficiará a la seguridad jurídica de los solicitantes y mejorará la imagen de la Patente española.

Además, el pasado 23 de diciembre de 2015 se publicó la Directiva UE que reforma el Derecho Europeo de Marcas.

La duodécima edición de este Curso aborda los cambios introducidos con estas normas y su influencia en la actividad innovadora y empresarial española y europea.

Este curso constituye cada año un foro estratégico de encuentro de los líderes de la Propiedad Industrial nacional y europeo.

Este Curso se dirige a estudiantes, PYME, profesionales y en general a todo aquel que tenga un interés en acercarse a la Propiedad Industrial o desee profundizar en determinados aspectos de la misma.

www.uimp.es



UIMP

Universidad Internacional
Menéndez Pelayo

Santander 2017

INFORMACIÓN GENERAL

→ **Hasta el 16 de junio de 2017**

Santander

Campus de Las Llamas
Avda. de los Castros, 42
39005 Santander
Tel. 942 29 87 00 / 942 29 87 10
Fax 942 29 87 27
informacion@sa.uimp.es

Madrid

C/ Isaac Peral, 23
28040 Madrid
Tel. 91 592 06 31 / 91 592 06 33
Fax 91 592 06 40 / 91 543 08 97
alumnos@uimp.es

Horario

de 9:00 a 14:00 h
de 16:00 a 18:00 h (excepto viernes)

PLAZOS

→ **Plazo de solicitud de becas**

Hasta el día 17 de mayo, para los cursos que comiencen antes del 7 de julio de 2017

Hasta el día 12 de junio, para los cursos que comiencen a partir del día 10 de julio de 2017

→ **A partir del 19 de junio de 2017**

Santander

Palacio de la Magdalena
39005 Santander
Tel. 942 29 88 00 / 942 29 88 10
Fax 942 29 88 20

Horario

de 9:00 a 14:00 h
de 15:30 a 18:00 h (excepto viernes)

→ **Apertura de matrícula**

Desde el 24 de abril de 2017
(Plazas limitadas)

© Eduardo Arroyo,
A+V Agencia de Creadores Visuales, 2017

NIPO: 041-17-002-6

Arroyo 2017

Seminario

**Patentes, marcas, diseños:
Retos futuros**

Patricia García-Escudero

Santander
Del 10 al 14 de julio de 2017

www.uimp.es

→ Código 63EY | Tarifa: D | ECTS: 1

Con la colaboración y el patrocinio de



Patentes, marcas, diseños: Retos futuros**Dirección****Patricia García-Escudero**

Directora General

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

Secretaría**Pedro Cartagena**

Vocal Asesor

Unidad de Apoyo, OEPM

Ana Cariño

Consejera Técnica

Unidad de Apoyo, OEPM

Del 10 al 14 de julio de 2017**Lunes 10****PROTECCIÓN DE LAS INNOVACIONES EN UNA ECONOMÍA GLOBAL****10:30 h | Inauguración****Patricia García-Escudero****11:00 h | El futuro de la Patente Europea****Alberto Casado**

Oficina Europea de Patentes (OEP)

12:00 h | Reforma del Derecho Europeo de Marcas**Joao Negrão**

Director del Departamento de Cooperación Internacional y Asuntos Jurídicos

Oficina Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO)

13:00 h | Mesa redonda**Joao Negrão****Moderación****Patricia García-Escudero****Martes 11****ACLARANDO CONCEPTOS****09:30 h | Propiedad Industrial: Patentes, Marcas y Diseños Industriales****M^a José de Concepción**

Directora del Departamento de Patentes e Información Tecnológica de la OEPM

10:30 h | Propiedad Intelectual**Alejandro Puerto**

Registrador Propiedad Intelectual

Oficina de Cultura y Turismo, Comunidad de Madrid

12:00 h | Mesa redonda**M^a José de Concepción****Alejandro Puerto****Moderación****Cristina Fernández**

Directora del Departamento de Coordinación Jurídica y Relaciones

Internacionales

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

Miércoles 12**EL FUTURO DE LAS INNOVACIONES ESTÉTICAS****09:30 h | ¿Habrà nueva Directiva UE en materia de protección del Diseño?****José Manuel Otero**

Catedrático de Derecho Mercantil

Universidad de Alcalá de Henares

10:30 h | Tendencias en el Diseño Industrial**Antonio Monturiol**

Diseñador Industrial

12:00 h | Mesa redonda**José Manuel Otero****Antonio Monturiol****Moderación****Ángel Sastre**

Secretario General de la OEPM

Jueves 13**NUEVA LEY, NUEVOS RETOS EN MATERIA DE INVENCIÓN EN ESPAÑA****09:30 h | Aspectos generales de la Nueva Ley de Patentes****M^a José de Concepción****10:30 h | ¿Hacia dónde va la innovación española?****Aleix Pons**

Director Economía y Finanzas

Fundación Cotec para la Innovación

12:00 h | Mesa redonda**M^a José de Concepción****Aleix Pons****Moderación****Pedro Cartagena****Viernes 14****RETOS EN MATERIA DE MARCAS****09:30 h | Aplicación de la Directiva de la Unión Europea a la legislación española****Inmaculada Redondo**

Subdirectora Departamento Signos Distintivos, OEPM

10:20 h | Internet y las Marcas**Andy Ramos**

Socio Bardaji & Honrado

11:10 h | Mesa redonda**Inmaculada Redondo****Andy Ramos****Moderación****Ana Cariño****12:30 h | Clausura****Pedro Cartagena**



Europäisches
Patentamt

European
Patent Office

Office européen
des brevets

El futuro de la Patente Europea

International University Menéndez Pelayo



Alberto Casado



Vice-President DG1



Santander, 10 July 2017

European patent system extends beyond Europe

➔ European Patent Organisation

Founded in 1973

Some 700 million inhabitants

➔ European member states (38)

➔ European extension states (2)

➔ Validation states (2)

Morocco

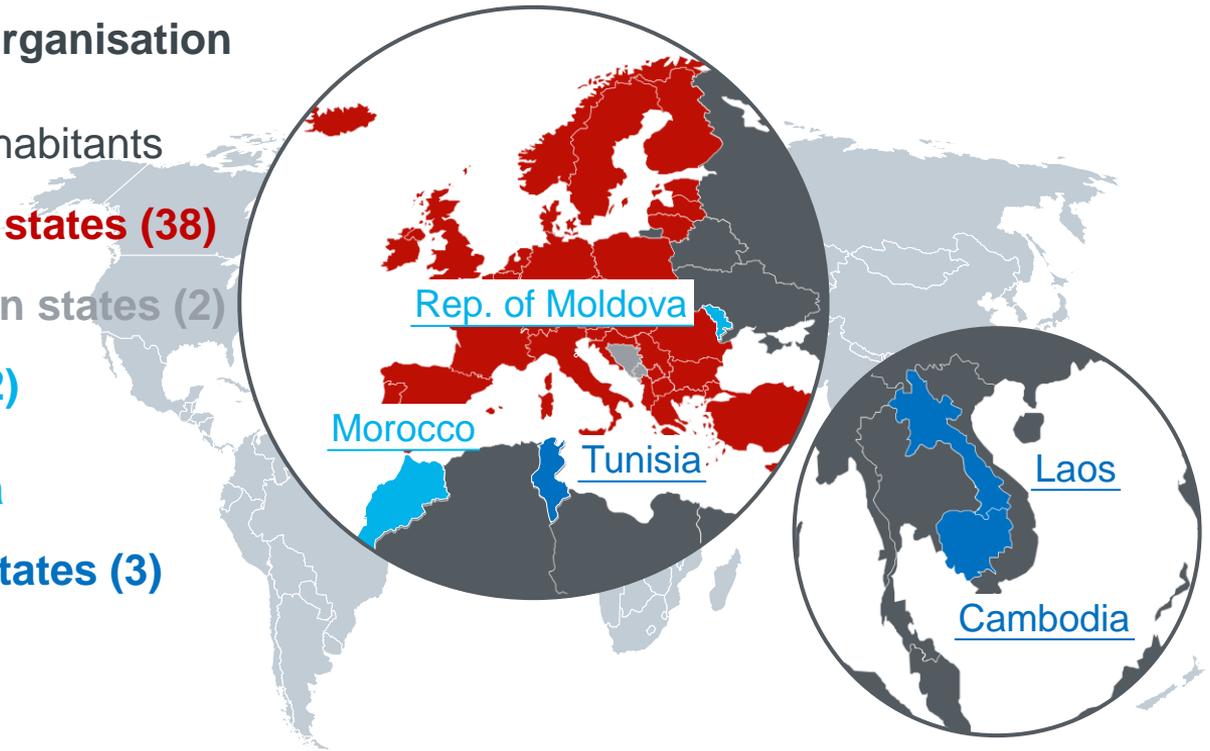
Republic of Moldova

➔ Future validation states (3)

Tunisia

Cambodia

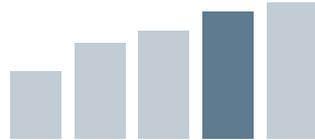
Laos



The EPO at a glance

2nd largest

intergovernmental institution in Europe



Global player

and voice of Europe in patents



✓ Will be in charge of
**delivering and
administering the
Unitary Patent**

ISO 9001 certification:

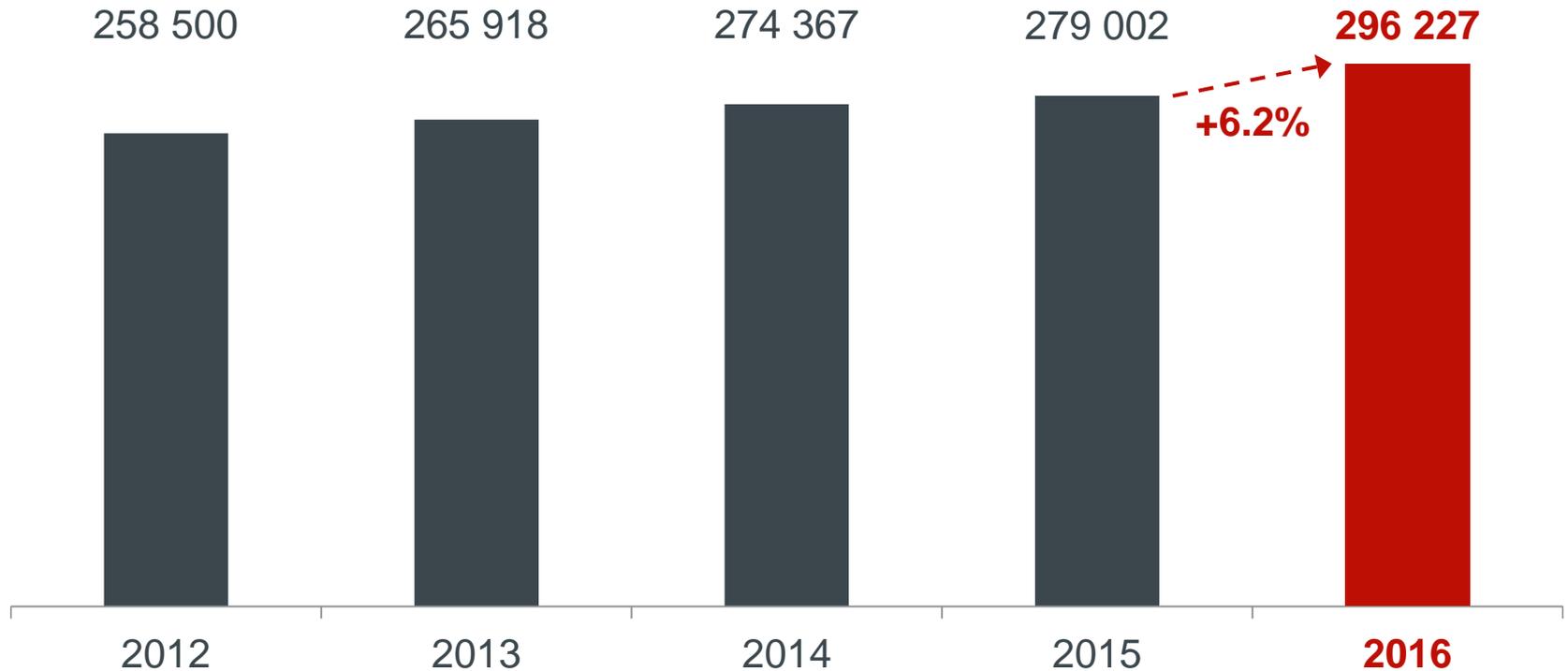
High-quality European patents are drivers of innovation, securing the competitiveness of the European economy



 **7 000** employees,
of which around **4 300** highly qualified examiners

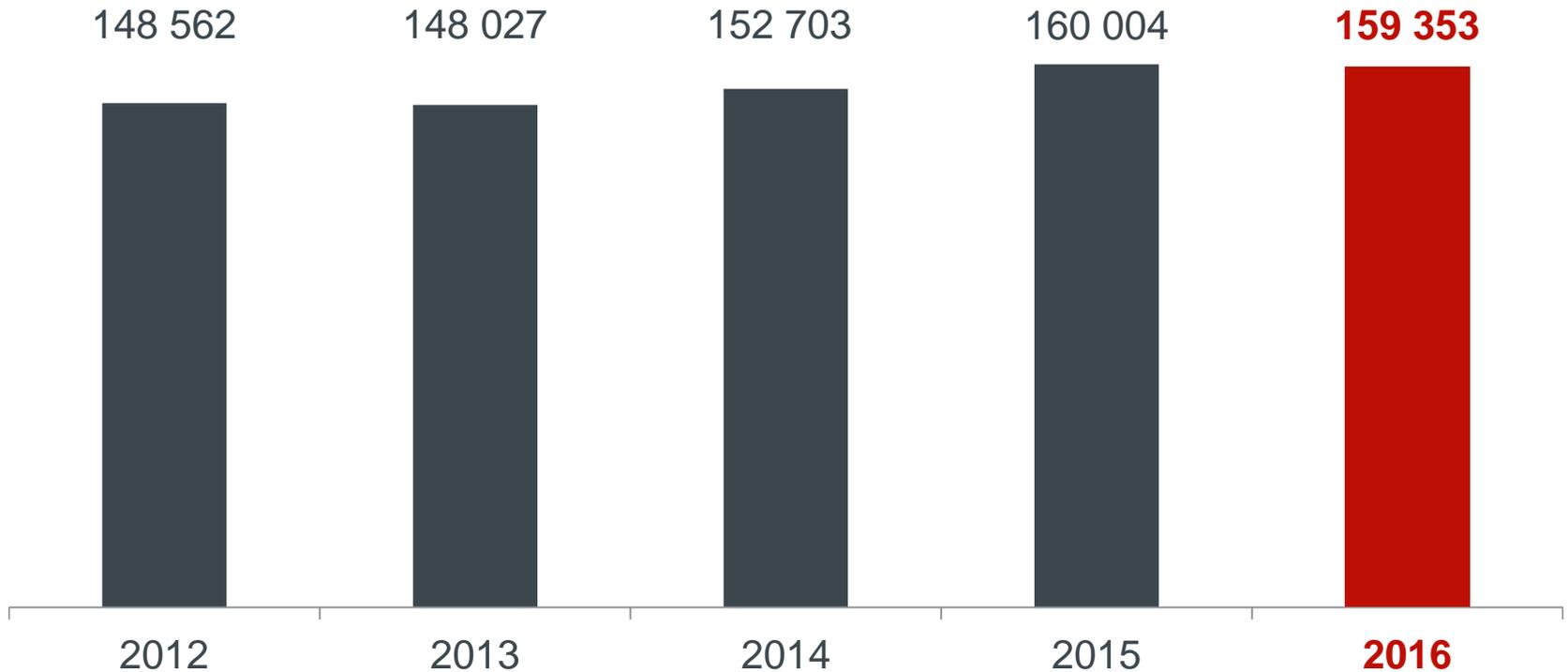
 **Self-financing:**
budget of **EUR 2.2bn**
without any public funding

2016 filings*: Europe more and more attractive for patents



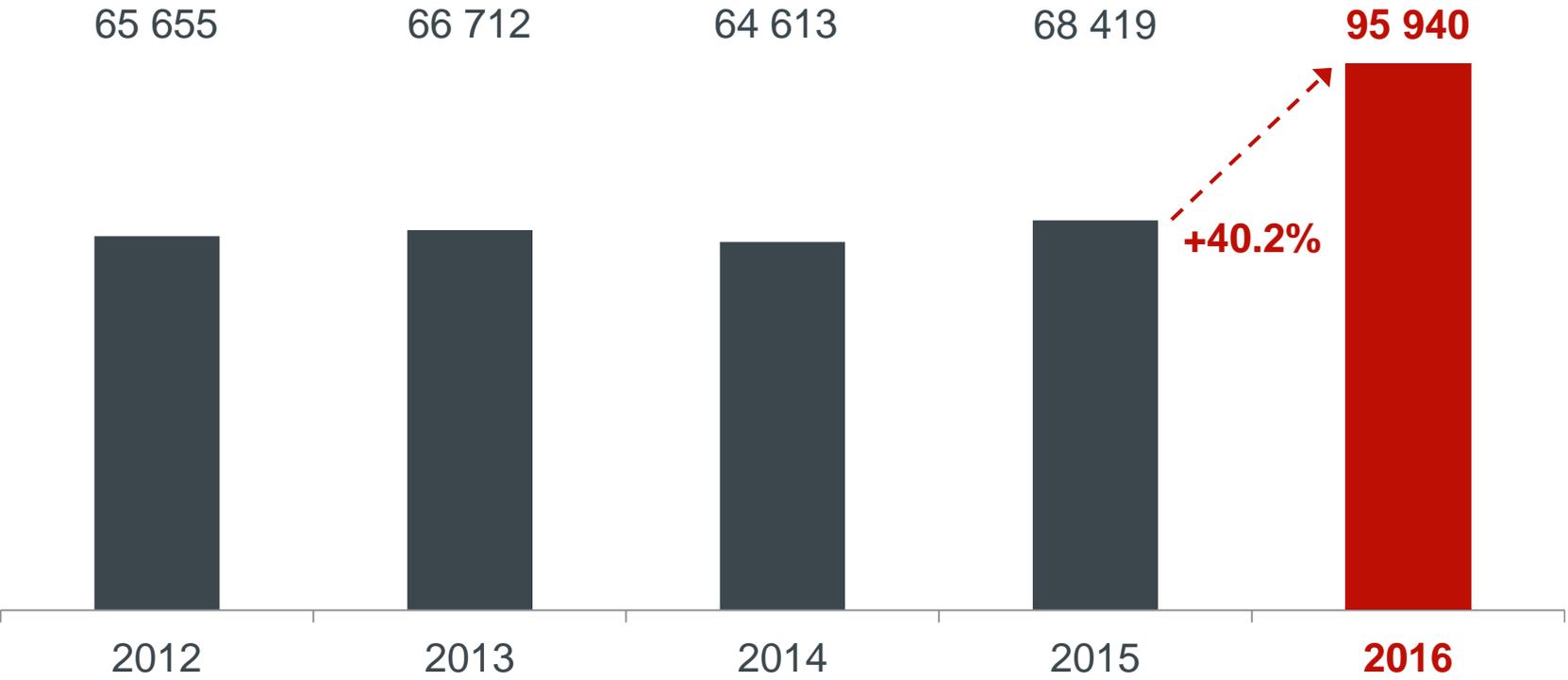
* **Filings** are a preliminary patent application activity indicating the potential interest of innovating businesses from all over the world in the European technology market. Filings refer to direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international patent applications filed under the Patent Cooperation Treaty (PCT).

European patent applications*: stability at a high level

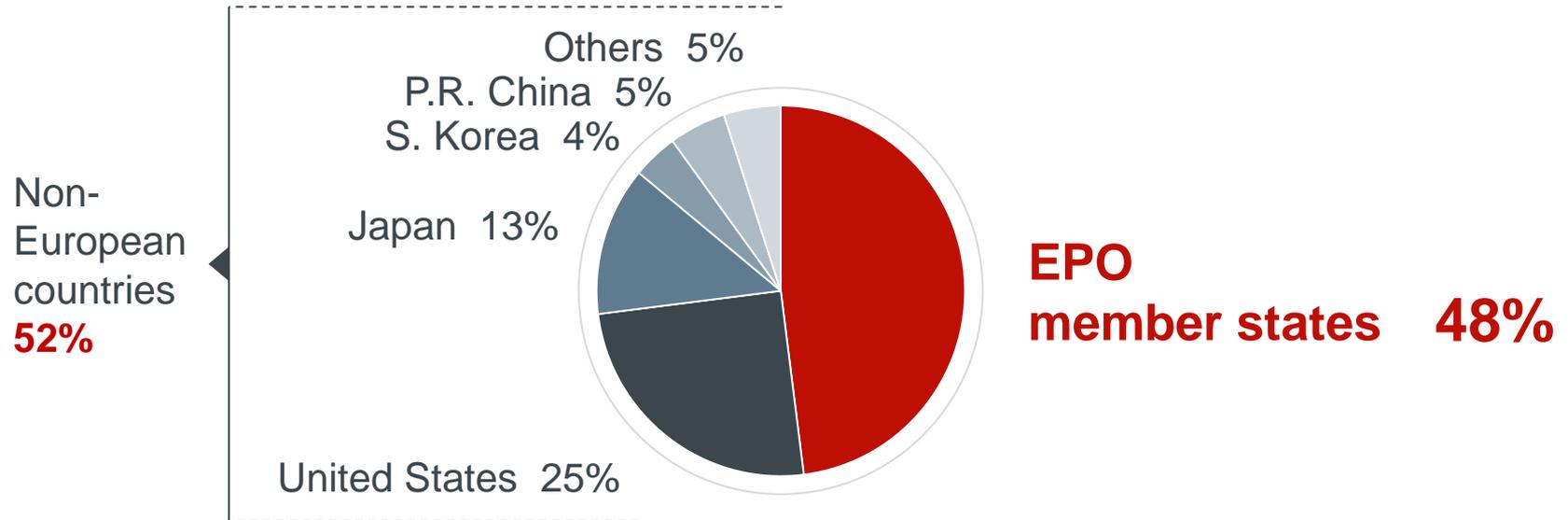


* **Applications** are the files for which applicants have decided to request a European patent from the EPO. They are a direct measure of the explicit interest of innovating firms to assert their patent rights on the European technology market. Applications refer to direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review.

Granted patents: an unprecedented surge



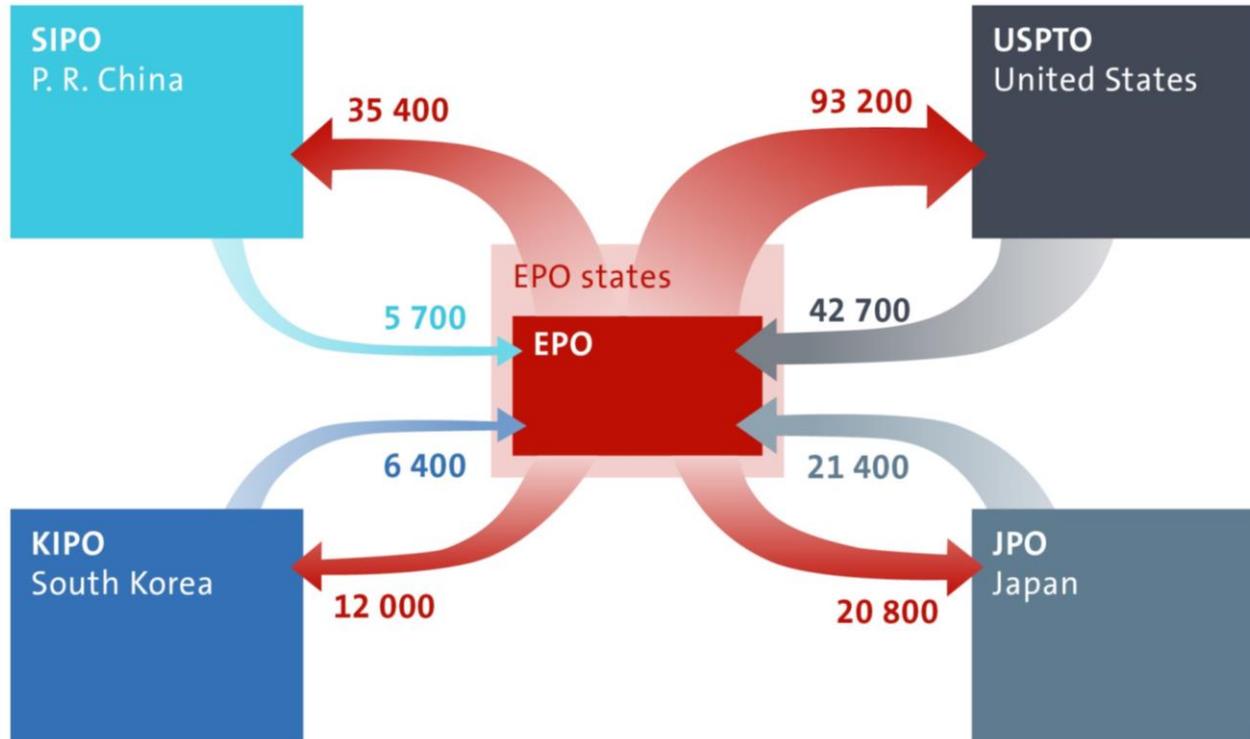
European companies represent almost half of applications



Notes:

- Analysis based on European patent applications (direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review)
- Applications are allocated to the country of residence of the first-name applicant
- EPO: the 38 member states of the European Patent Organisation, including EU28

European companies: a continuous positive patent balance



Notes:

- Analysis based on applications received by the five largest patent offices (IP5 offices) in 2015.
- Source of the data: IP5 Statistics Report 2015

Top countries for European patent applications*

TOP 10

	2016 Applications	2016 Shares	Change Applications
1 United States	40 076	25%	- 5.9%
2 Germany	25 086	16%	1.1%
3 Japan	21 007	13%	- 1.9%
4 France	10 486	7%	- 2.5%
5 Switzerland	7 293	5%	2.5%
6 P.R. China	7 150	5%	24.8%
7 Netherlands	6 889	4%	- 3.6%
8 S. Korea	6 825	4%	6.5%
9 United Kingdom	5 142	3%	1.8%
10 Italy	4 166	3%	4.5%

* **Applications** refer to direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review.

European applications* per million inhabitants: European countries ahead

TOP 20

	2016		2016		
1	Switzerland	892	11	Israel	148
2	Netherlands	405	12	Ireland	134
3	Sweden	360	12	S. Korea	134
4	Denmark	334	14	United States	124
5	Finland	331	15	Norway	99
6	Germany	311	16	United Kingdom	80
7	Austria	234	17	Singapore	75
8	Belgium	191	18	Italy	67
9	Japan	166	19	Chinese Taipei	60
10	France	157	20	Slovenia	57

◀ EU average 122

* **Applications** refer to direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review.

Growth rates in 2016 – increases and decreases

Growth champions in 2016

China	+ 24.8%
Belgium	+ 7.0%
South Korea	+ 6.5%

Growth from large volume European countries

Italy	+ 4.5%
Austria	+ 2.6%
Spain	+ 2.6%
Switzerland	+ 2.5%
UK	+ 1.8%
Germany	+ 1.1%

Declining numbers of applications

Finland	- 8.8%
Sweden	- 7.4%
United States	- 5.9%
Netherlands	- 3.6%
France	- 2.5%
Japan	- 1.9%

Growth from lower volume countries

India	+ 31.7%
Turkey	+ 11.6%
Luxembourg	+ 11.1%
Israel	+ 9.8%
Portugal	+ 8.5%
Ireland	+ 8.1%

Note: Based on European patent applications filed with the EPO (direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review).

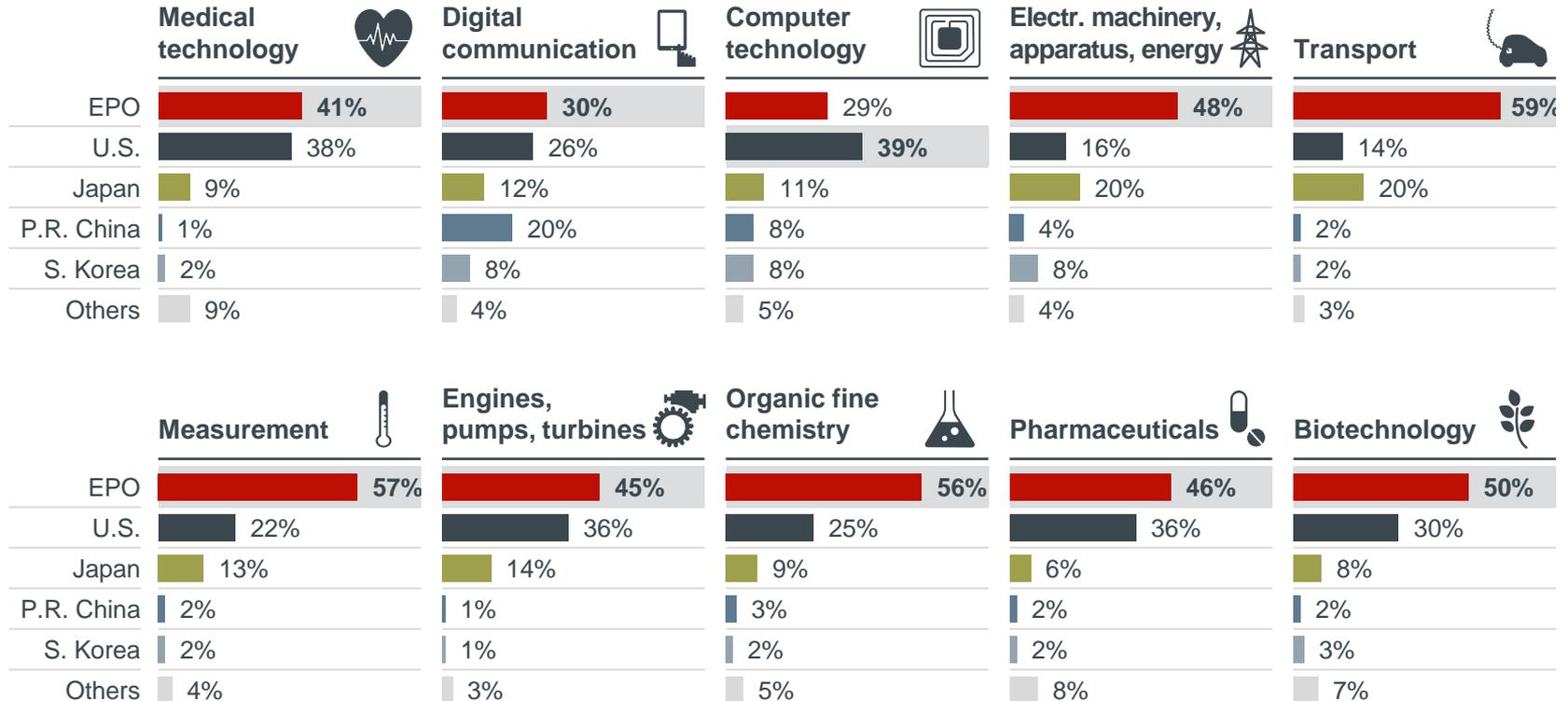
Leading fields of technology – global

TOP 10

		2016	Change	
1	Medical technology	12 263	- 2.1%	⬇️
2	Digital communication	10 915	- 1.2%	⬇️
3	Computer technology	10 657	2.9%	⬆️
4	Electrical machinery, apparatus, energy	10 293	5.1%	⬆️
5	Transport	8 402	3.6%	⬆️
6	Measurement	7 442	- 3.8%	⬇️
7	Engines, pumps, turbines	6 301	- 0.5%	⬇️
8	Organic fine chemistry	6 189	- 4.0%	⬇️
9	Pharmaceuticals	5 754	- 5.0%	⬇️
10	Biotechnology	5 744	0.3%	⬆️

Note: Based on European patent applications filed with the EPO (direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review).

Europe leads in 9 of 10 biggest technology fields



Note: Analysis based on European patent applications.

Top 2016 applicants: European companies stand their ground

TOP 10

		2016	Change	
1	Philips	2 568	6.9%	↗
2	Huawei	2 390	22.4%	↗
3	Samsung	2 316	-2.1%	↘
4	LG	2 313	10.6%	↗
5	United Technologies	2 067	10.6%	↗
6	Siemens	1 871	-1.2%	↘
7	Qualcomm	1 704	-0.1%	↘
8	General Electric	1 628	21.5%	↗
9	BASF	1 410	1.9%	↗
10	Robert Bosch	1 327	-11.1%	↘

● EPO member states
 ● United States
 ● S. Korea
 ● P.R. China

Note: Based on European patent applications filed with the EPO (direct European patent applications filed at the EPO under the European Patent Convention, plus international Patent Cooperation Treaty (PCT) filings which entered the European regional phase (becoming a European application) in the year under review).

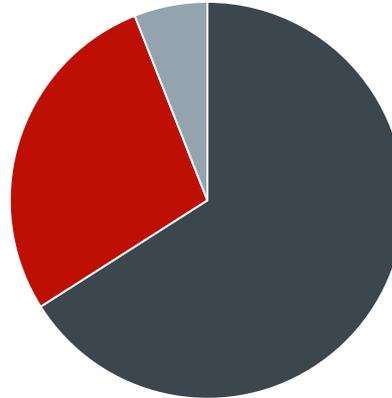
SMEs are significant players in European innovation

Universities and public research institutes

6%

SMEs, individual inventors 28%

- Share increased by **2 pt.** vs. 2015
- **67%** of the applications filed by this category come from **EPO member states**



Large enterprises
66%

Challenges for the EPO

Consistent growth in demand for patents

Competitive international environment

Technically complex applications

Users' expectations in terms of costs and timeliness

Our strategic priorities

- + Increase quality
- + Increase efficiency
- + Increase timeliness
- + Control costs



**THE RESULTS
IN 2016**

Better performance to tackle our challenges

+8.5%

PRODUCTION

Search, examination, opposition



Production increase



60% due to productivity gains



40% due to capacity increase

2016 = 396 000 products

+40%

GRANTED PATENTS

Published patents



2016 = 96 000 patents

-13%

REDUCING OUR STOCK

Search, examination, opposition



Stock measured in months of work

-20%

REDUCING OUR COSTS

Unit cost

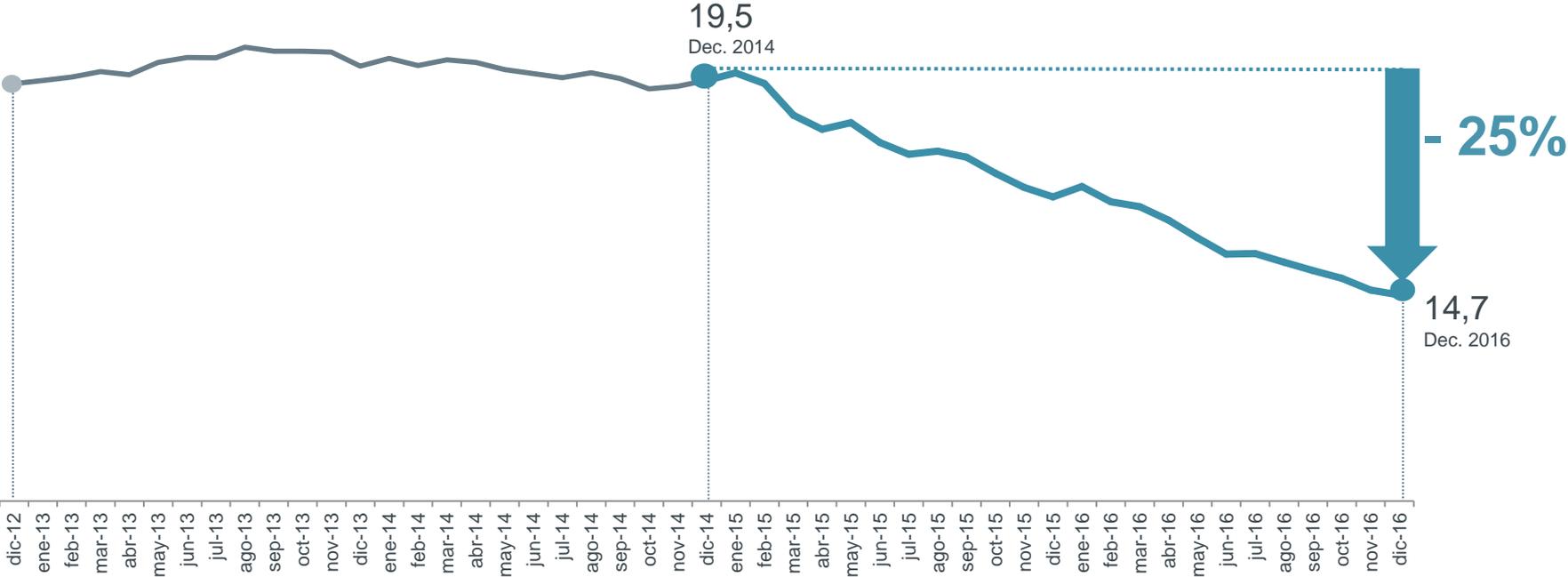


3rd consecutive year of falling unit cost

2016 = 80% of the unit cost of 2006

Stock has been reduced by 25% over the last two years

Stock in months of work



Speeding up our work processes

Know what's ahead



We deliver search reports within 6 months of receipt.

Actual Search timeliness
5.1 months

Reliable rights on time



We are reducing examination times to just 12 months on average by 2020.

Actual Examination timeliness
23.3 months

Challenges resolved faster



We aim to conclude oppositions to newly granted patents in just 15 months on average.

Actual duration of oppositions
24.8 months

Continuously improving quality – Our first priority

ISO 9001 CERTIFICATION



to safeguard the quality of our processes

CONSULTING WITH USERS



around the globe:
“Partnership for Quality”
meetings with users in
Europe, US, Japan, China
and Korea

SACEPO SUB- GROUP ON QUALITY



recently created with the
objective to set a permanent
and high-level forum to
discuss quality related
matters with users

RELIABLE MONITORING



96% of respondents
are “very satisfied, satisfied,
average satisfied” (EPO User
Satisfaction Survey)

**Global
benchmark
for quality**

**EPO ranked
best patent
office in every
IAM survey
since 2010**

Quality in search and examination

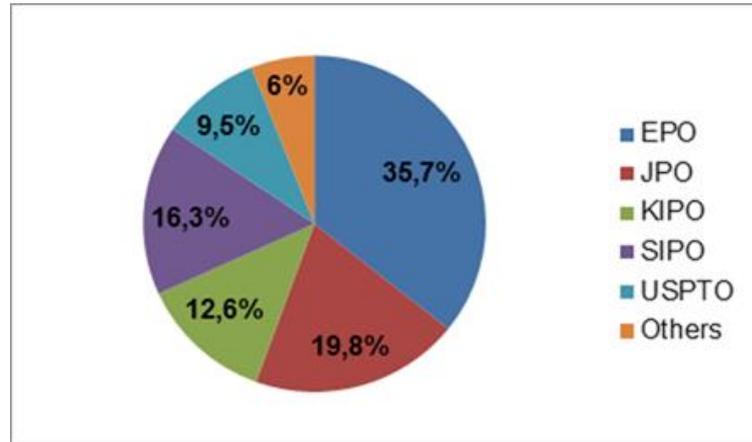


Quality – highest predictability and legal certainty

	2013	2014	2015	2016
<i>Total granted patents by the EPO</i>	66 712	64 613	68 419	95 940
Opposition rate (on granted patents)	4.5%	4.7%	4.5%	4.0%
Outcomes				
Opposition rejected	32%	32%	31%	32%
Patent revoked	30%	31%	30%	28%
Patent upheld in amended form	38%	37%	38%	40%
Appeal rate (on opposition decisions)	47%	43%	49%	46%
Outcomes				
Appeal rejected	29%	27%	29%	25%
Appeal (partially) allowed	38%	41%	40%	39%
Settled otherwise	34%	32%	31%	36%
Appeal rate (on refusals)	24%	22%	20%	19%
Outcomes				
Appeal rejected	30%	28%	28%	25%
Appeal (partially) allowed	28%	24%	22%	20%
Settled otherwise	42%	48%	50%	55%

The EPO and the PCT

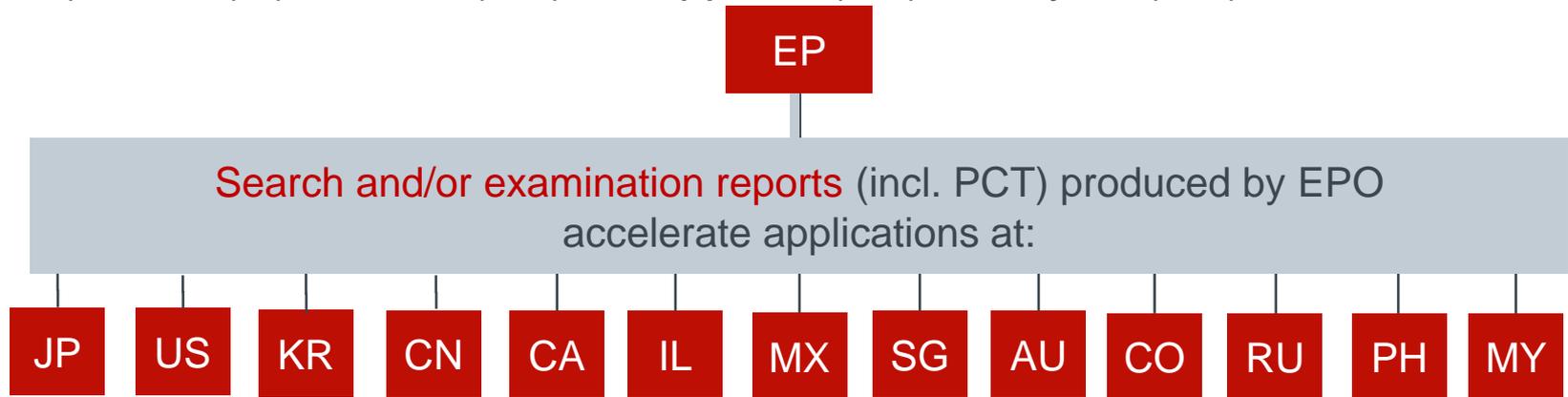
- EPO ranks **1st in the world as ISA and IPEA:**
 - **≈ 80 000** International Search Reports (35,7%)
 - **9 100** (63%) International Preliminary Examination Reports



ISRs established in 2016 (%)

The EPO PPH pilot programmes

- Fast track examination of applications
- EPO work products can be used at other PPH Offices
(**IP5** + Australia (AU), Canada (CA), Colombia (CO), Mexico (MX), Singapore (SG) Israel (IL), Russia (RU), Philippines (PH), Malaysia (MY))



- PPH agreement with EAPO will enter into force in 2017
- Other PPH agreements (Argentina, Brazil) in preparation.

3 studies to review and assess our achievements

- **Social study (PWC)**

Assessing our working conditions and staff satisfaction

- **Financial study (Deloitte)**

Examining the EPO's financial health and sustainability

- **Occupational Health & Safety Risks (IIRSM)**

Mitigating the risks inherent in our workplace

- The EPO's working conditions are excellent and internal legal rules **compare favourably with best international legal standards and practices.**
- **Social dialogue** needs to be improved: MoU with one trade union already concluded.
- The EPO is stronger **financially** than in 2011
- Coverage of financial liabilities, incl. **staff pensions secured**

The EPO's priorities for 2017

Core tasks:

- Continue successful implementation of the Quality and Efficiency Policy;
- Move towards a fully end-to-end digitalised “EPO 4.0”

Internal situation:

- Move forward from a culture of litigation to a ‘we’ culture of trust;
- Enhance the dialogue with our social partners, in particular trade unions.

2017 will also be a special year for the **Unitary Patent and for the IP5 cooperation** with its 10th anniversary organised by the EPO in Malta

2017- A European year

- EPO has hosted a **string of IP5 meetings** so far in 2017
- In March, the EPO hosted the **35th Trilateral** meeting in Seville, Spain
 - Substantial progress by industry on **substantive patent law harmonisation**
- **10th IP5 Heads** and **6th IP5 Heads/Industry** meetings
Valetta, Malta, 30 May to 1 June 2017

Status on progress of UP/UPC as of July 2017

Member states preparations – Ongoing

- Ratification of the UPC Agreement ongoing.

12 states have ratified so far:

<u>Austria</u>	<u>Finland</u>	<u>Malta</u>
<u>Belgium</u>	<u>France</u>	<u>Netherlands</u>
<u>Bulgaria</u>	<u>Italy</u>	<u>Portugal</u>
<u>Denmark</u>	<u>Luxembourg</u>	<u>Sweden</u>

- Brexit:
 - in November 2016 the UK reaffirmed its intention to ratify in 2017

Preparations – Completed

- The EPO is ready to deliver the Unitary Patent.
- The member states will start operating the Unified Patent Court in early 2018

Conclusion

- ✓ 2016 was a **positive year** for the EPO
- ✓ **Reforms** are proving to have been **successful**
- ✓ **Increasing quality, production and productivity**
- ✓ **International influence** has grown
- ✓ The European patent system **continues to expand**
- ✓ The **Unitary Patent is ready** for launch



Thank you
for your attention!

REFORMA DEL DERECHO EUROPEO DE MARCAS

João Negrão
Director del Departamento de Cooperación Internacional y Asuntos Jurídicos
EUIPO
10/07/2017



Introducción: el sistema de marca de la UE



Ventajas de la marca de la UE

- ❑ Registro unitario (protección a nivel de la UE): 23 idiomas
- ❑ Derecho exclusivo en los 28 Estados Miembros a un coste razonable : 1 gasto
- ❑ Las marcas de la UE tienen una validez de 10 años y pueden renovarse indefinidamente por periodos de 10 años



El dibujo o modelo comunitario (DMC)

- DMC registrado es válido en todos los países de la Unión Europea
- Los DMC están regulados por un único sistema jurídico: Reglamento de dibujos y modelos comunitarios nº 6/2002
- Registro sencillo, tasa muy asequible.



El diseño está en todas partes. Todo lo que haya tocado la mano del hombre tiene un diseño.



EUIPO

OFICINA DE PROPIEDAD INTELECTUAL
DE LA UNIÓN EUROPEA

EL OBSERVATORIO DE LA UE

En 2009 la Comisión Europea creó el Observatorio Europeo de las Vulneraciones de los Derechos de la Propiedad Intelectual

El Reglamento (EU) 386/2012 transfirió las competencias sobre el Observatorio de la CE a la Oficina (EUIPO)



El Observatorio aúna a los usuarios públicos y privados en una lucha común contra la piratería



EUIPO

OFICINA DE PROPIEDAD INTELECTUAL
DE LA UNIÓN EUROPEA

PROYECTOS FINANCIADOS POR LA UE EN EUIPO

Mejora de los sistemas de protección IP en el extranjero – Proyectos financiados por la UE

CHINA (IP KEY)

Apoyar los intereses de innovadores europeos y titulares de derechos PI en sus acciones de inversión y comerciales con China.



ECAP: región ASEAN

Apoyo a la integración PI en ASEAN



INDIA:

Iniciativa de capacitación para el fomento del comercio UE-India



RUSSIA:

Modernización de Marcas y Diseños



La reforma del derecho europeo de marcas



CALENDARIO DE ADOPCIÓN

24/12/2015
PUBLICACIÓN DE
LA REFORMA
LEGISLATIVA



ENTRADA EN
VIGOR DE LA
DIRECTIVA EL
12/01/16

+3 AÑOS DE
TRANSPOSICIÓN

23/3/2016
ENTRADA EN VIGOR
DEL REGLAMENTO



18/05/2017
ADOPCIÓN DE LOS
REGLAMENTOS DE
EJECUCIÓN y
DESARROLLO POR
LA CE



1/10/2017
ENTRADA EN
VIGOR DE LOS
ACTOS DE
EJECUCIÓN Y
DESARROLLO



DEC

JAN

FEB

MAR

APR

MAY

JUN

JUL

OCT

2016

2017



¿POR QUÉ? OBJETIVOS PRINCIPALES DE LA REFORMA

- **Fomentar la innovación y el crecimiento económico** dotando al sistema de mayor accesibilidad y eficiencia para las empresas europeas en términos de:
 - reducción de los costes y la complejidad,
 - mayor rapidez,
 - aumento de la predictibilidad y la seguridad jurídica.

- **Proporcionar una base jurídica formal y garantizar una fuente sostenible** de financiación para la cooperación con las oficinas nacionales procedente del presupuesto de la Oficina.

- **Armonizar determinados aspectos de gobernanza de la Oficina con el Tratado de Lisboa y el Enfoque común de la UE sobre las agencias descentralizadas.**

¿QUÉ? CAMBIOS EN CUANTO A LOS PROCEDIMIENTOS DE EXAMEN

FORMALIDADES Y PROCEDIMIENTOS DE EXAMEN

- **BÚSQUEDAS Y CARTAS DE VIGILANCIA: PROCEDIMIENTO SIMPLIFICADO.**
- **AMPLIACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRESENTACIÓN Y REPRESENTACIÓN A LOS PAÍSES DEL EEE.**
- **CLASIFICACIÓN: CODIFICACIÓN DE LA SENTENCIA 'IP TRANSLATOR' (ARTÍCULO 28 EUTMR).**

CAMBIOS EN CUANTO AL FONDO

MOTIVOS DE DENEGACIÓN ABSOLUTOS Y RELATIVOS

■ AMPLIACIÓN DE LA PROHIBICIÓN DE FUNCIONALIDAD A ‘OTRAS CARACTERÍSTICAS’

■ REFERENCIAS A LA LEGISLACIÓN EUROPEA SOBRE INDICACIONES GEOGRÁFICAS, DENOMINACIONES DE ORIGEN, TÉRMINOS TRADICIONALES PROTEGIDOS PARA LOS VINOS, ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS.

■ DENOMINACIONES DE OBTENCIONES VEGETALES.

■ NUEVO MOTIVO EXPRESO DE OPOSICIÓN BASADO EN IGs/DOs

NUEVA ESTRUCTURA DE TASAS SIMPLIFICADA PARA LAS MARCAS DE LA UNIÓN

TIPO DE MARCA	PRIMERA CLASE		CLASES ADICIONALES		
	PAPEL	PRESENTACIÓN ELECTRÓNICA	SEGUNDA	TERCERA	ADICIONAL
INDIVIDUAL	1000	850	50	150	150
RENOVACIÓN	1000	850	50	150	150
COL/CERT	1800	1500	50	150	150
REN. COL/CERT	1800	1500	50	150	150



CAMBIOS QUE EXIGEN LA ADOPCIÓN DE LEGISLACIÓN DERIVADA

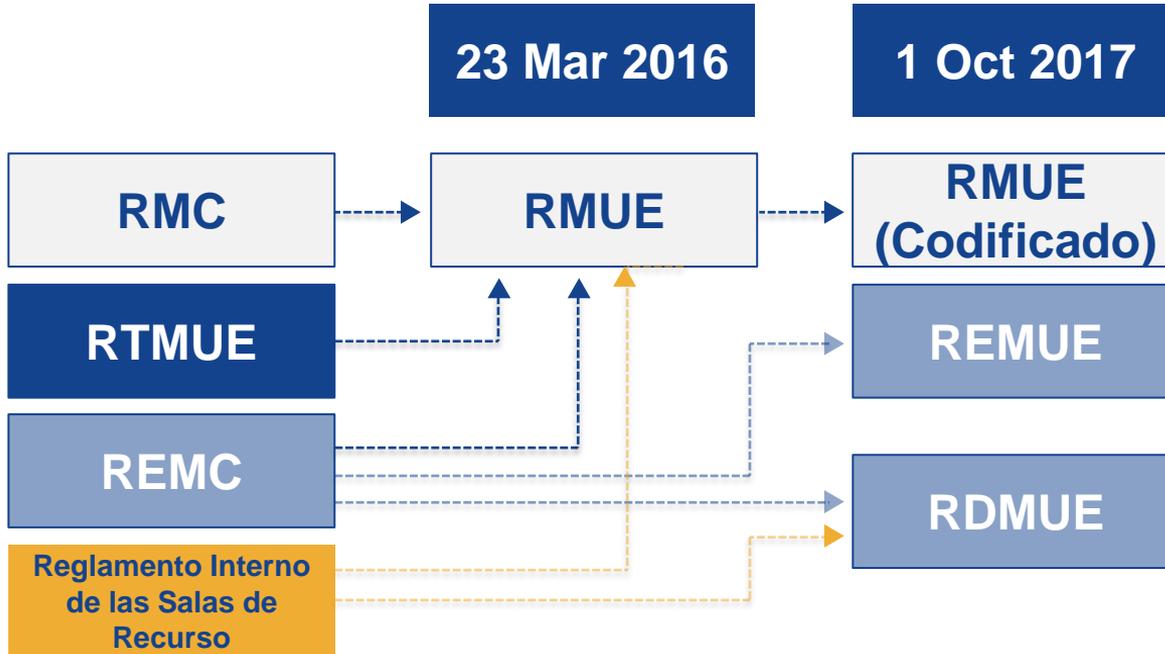
ENTRADA EN VIGOR: 1 DE OCTUBRE DE 2017

- **Eliminación del requisito de representación gráfica.**

- **Introducción de las marcas de certificación de la Unión.**

- **Cesión de una marca presentada en nombre de un agente en los procedimientos de anulación.**

- **Los actos de ejecución o actos delegados pueden afectar a los procedimientos ulteriormente.**



REMUE y RDMUE

1 Oct 2017

**RMUE
(Codificado)**

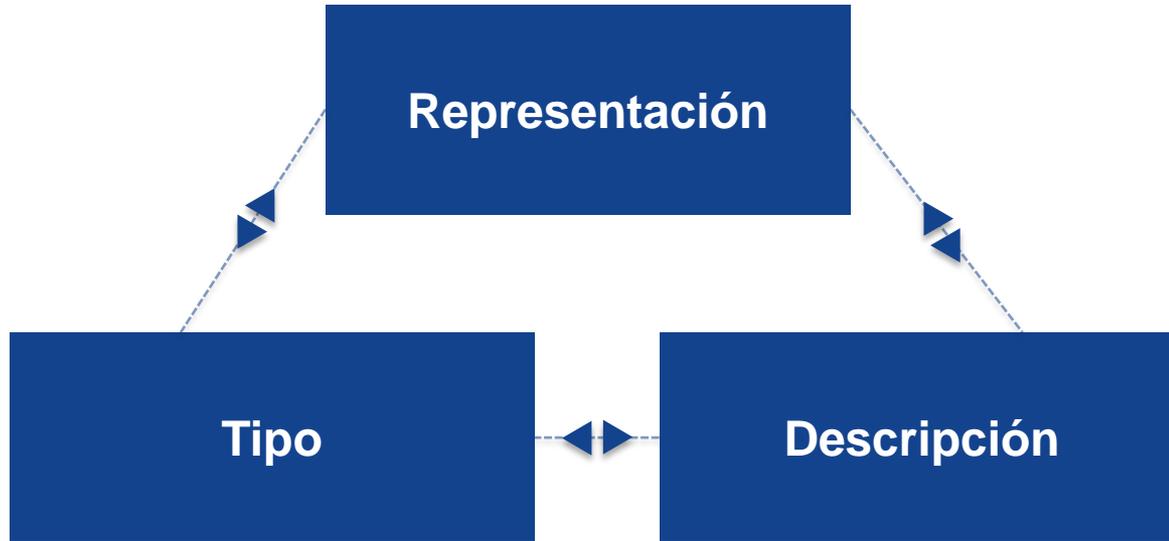
REMUE

RDMUE

- Contenido de la solicitud – Requisitos;
- Representación de las MUE;
- Pormenores relativos a la nueva marca de certificación de la UE;
- Traducciones y otras cuestiones horizontales;
- Prioridad / Antigüedad
- Publicación y certificados

- Normas de procedimiento para oposiciones, anulaciones y recursos;
- Comunicaciones, prueba y cuestiones horizontales;
- Organización de las Salas de Recursos;

ART. 3 del REMUE: PRINCIPIOS BÁSICOS DE REPRESENTACIÓN



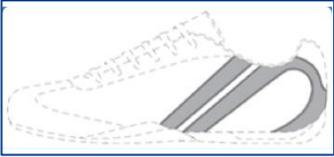
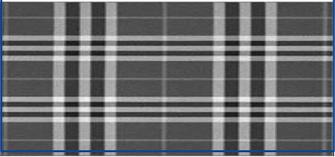


Art. 3 (3) del REMUE: TIPOS DE MARCA ESPECÍFICOS

Redefinición de los 5 tipos de marca existentes

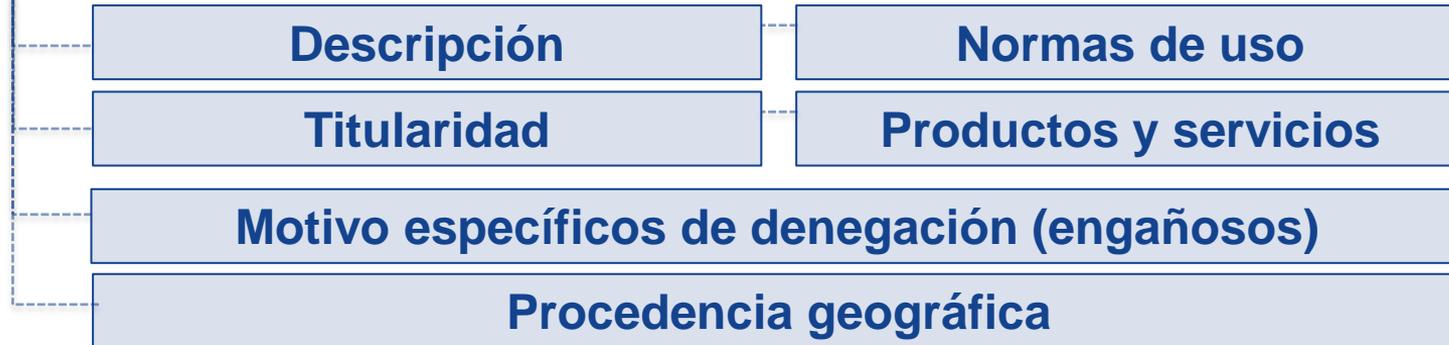
				
Denominativa	Figurativa	Forma	Color	Sonora

5 nuevos tipos de marca añadidos

				
Posición	Patrón	Movimiento	Multimedia	Holograma

MARCA DE CERTIFICACIÓN DE LA UE

Artículos 83 a 93 del RMUE, artículo 2, apartado 3, y artículo 17 del REMUE



COMUNICACIONES



PROYECTO DE APOYO EN LA TRANSPOSICIÓN DE LA DIRECTIVA



APOYO EN LA TRANSPOSICIÓN DE LA DIRECTIVA

OBJETIVOS

Brindar apoyo legal y técnico a las Oficinas Nacionales en el desarrollo de su legislación nacional y directrices

Hacer uso de la experiencia en la reforma legislativa obtenido por la Oficina para brindar apoyo en la transposición

Maximizar los beneficios de la legislación secundaria de la UE (alineando los procesos) a través de convergencia y cooperación



Modernizar y uniformar las legislaciones nacionales para hacer el proceso más eficiente

CONCLUSIÓN

- Los cambios en cuanto al fondo son **moderados** y no se prevé que tengan un efecto importante sobre el sistema.
- En general, los cambios permiten un sistema más **moderno, eficiente y simplificado**.
- El objetivo fundamental de la propuesta es el refuerzo de la **Red Europea de Marcas, Dibujos y Modelos**.
- El Reglamento establece una **base jurídica formal** para la cooperación, define las **áreas** de convergencia y garantiza los **recursos**.
- El ajuste entre las normas sustantivas y procedimientos del Reglamento y de la Directiva genera nuevas **oportunidades de convergencia**.



EUIPO

OFICINA DE PROPIEDAD INTELECTUAL
DE LA UNIÓN EUROPEA

www.euipo.europa.eu



@EU_IPO



EUIPO

Gracias

Propiedad Industrial: Patentes, Marcas y Diseños Industriales

Universidad Internacional Menéndez Pelayo, julio 2017

OEPM:

M^a JOSÉ DE CONCEPCIÓN SÁNCHEZ



**Protegemos
nuestras casas
de los ladrones**





**También
protegemos
nuestros coches**



¿Por qué no proteger nuestras ideas?



La Propiedad Industrial

Conjunto de derechos que protegen las innovaciones técnicas (patentes y modelos de utilidad), las innovaciones de diseño (diseño industrial) y la identificación de una empresa (nombre comercial) y sus productos o servicios en el mercado (marcas)

¿Qué es un derecho de propiedad industrial? (marca, patente, diseño industrial)



ACUERDO



**¡VOLUNTARIO,
NADIE ME OBLIGA!**



¡EN ESPAÑA!

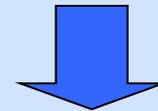
Ese acuerdo es entre la Administración (a través de la OEPM) y quien solicita esa marca, patente, diseño

Administración



Da al solicitante un MONOPOLIO:
nadie puede usar su derecho sin que lo autorice

Creador



Autoriza a divulgar (“contar”)
su **CREACIÓN**

Características de la Propiedad Industrial (PI)

Registro

El derecho de Propiedad Industrial se adquiere **mediante registro**. En España, el registro se lleva a cabo por medio de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).
Obligaciones: divulgación, explotación y pago de tasas.

Monopolio

Los derechos de Propiedad Industrial atribuyen a su titular una facultad **exclusiva o monopolio de explotación** y ejercer **medidas legales (civiles/penales)** frente a terceros que vulneren nuestros derechos.

Duración

Los derechos de PI "**caducan**": pasan al dominio público (con la excepción de las marcas, que tienen una duración indefinida si se renuevan). Patentes: 20 años; modelos de utilidad: 10 años, y diseño industrial: 25 años.

Territorialidad

Los derechos de PI están **limitados al territorio en el que se realiza el registro**, sólo pueden ejercerse en los territorios (países) en los que están registrados.

Patrimonio

La Propiedad Industrial puede ser **transmitida** por cualquier medio admitido legalmente: **licencia, cesión, venta, darse en garantía, hipoteca**. El medio más usual suele ser la licencia, es decir, una autorización de uso a cambio de una remuneración económica.
Forma parte de los **activos intangibles y patrimonio de la empresa**.

Requisitos / prohibiciones

Patentes: y modelos de utilidad: **Novedad, no obviedad (actividad inventiva), y aplicación industrial**.
Diseños industriales: **novedad y singularidad**.
Marcas y nombres comerciales: **que no estén registradas previamente**.

El proceso de innovación y la P.I.

ETAPAS

- Títulos de propiedad industrial

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

- Patentes
- Modelos de Utilidad

DISEÑO

- Diseños Industriales

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

- Marcas
- Nombres Comerciales

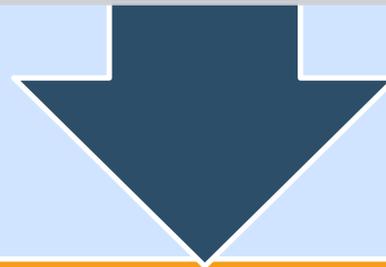
¿Qué es la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)?

Organismo Autónomo del Ministerio de Industria, Energía y Turismo que impulsa y apoya el desarrollo tecnológico y económico otorgando protección jurídica a las distintas modalidades de propiedad industrial mediante la concesión de:

Patentes y Modelos de
Utilidad (Invenciones)

Diseños Industriales

Marcas y Nombres
Comerciales (Signos
Distintivos)



Asimismo difunde la información relativa a las diferentes formas de protección de la propiedad industrial.



Dirección

Paseo de la Castellana, 75
28071 Madrid
ESPAÑA
Telf.: 902 157 530
informacion@oepm.es
www.oepm.es

Sede OEPM



Nuevos Ministerios: Metro y Cercanías Renfe
Autobuses: 3-5-7-14-16-19-27-37-40-43-45-51-64-66-124-126-128-147-149-150-C1 y C2

¿Qué se puede proteger?



Innovaciones técnicas

- Patentes

Nuevo medicamento, motor...



- Modelos de utilidad

Abrelatas o bisagra mejorados...



Innovaciones del diseño

- Diseños industriales

Diseño de naipes, estampados, diseño de tela, loza...

Forma de silla, carrocería de coche...



Identidad corporativa

- Marcas:

Dulcilia®

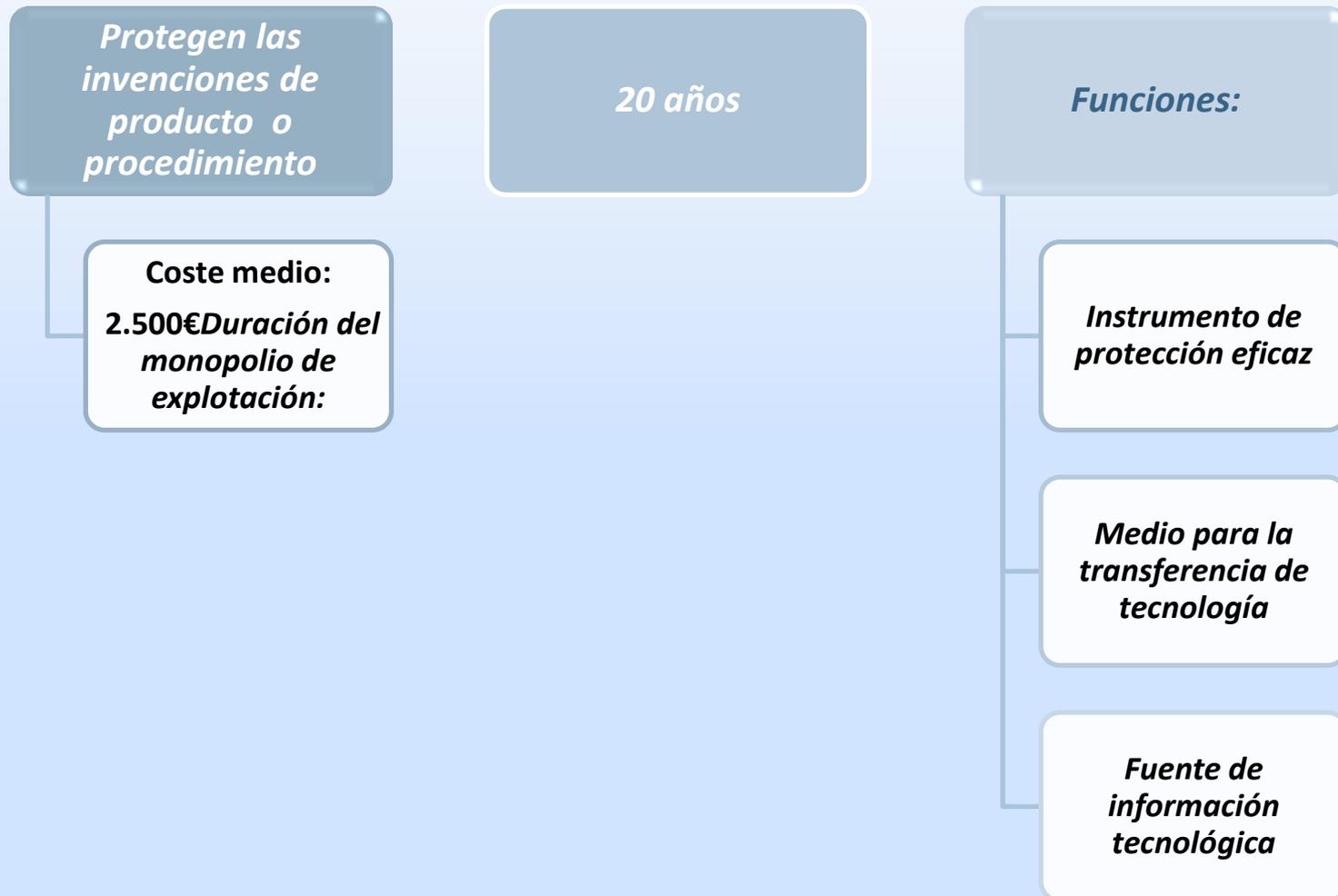
- Nombres comerciales:

Grupo Dulcilia, S. L.

Las Distintas Modalidades de Protección

1. Invenciones: patentes y modelos de utilidad

a. Patentes



Requisitos de patentabilidad

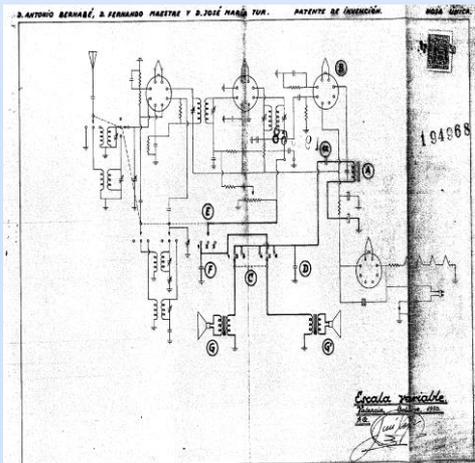


Ejemplos de Patentes

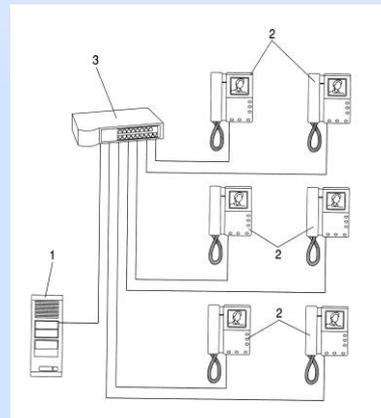
FERMAX: más de 20 años registrando patentes de invención..

Entre modelos de utilidad y patentes de invención FERMAX ha registrado más de 30 invenciones desde el año 1949 en la OEPM

Empresa especializada en equipos de porteros electrónicos, video porteros digitales y sistemas de control de acceso



ES194968 Radiointerfono, 1950

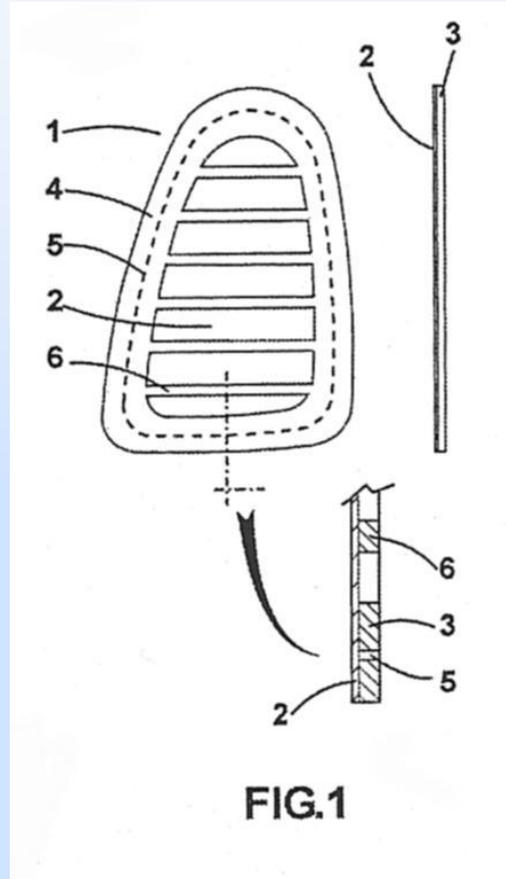


ES2273578 Sistema de Videoportero para redes TCP/IP, 2005



Ejemplos de Patentes

P200501924:
SOPORTE
TRANSPIRABLE E
IMPERMEABLE PARA
CALZADO GEOX



Ejemplo de Patente: Ecoalf, fun & basic

Tejido ecológico a partir de botellas de plástico

Browser address bar: <http://miscontenidos.net/ecoalf-on-line-shop/>

Recibidos (61) - gutierrez.coro... Ecoalf Online Shop » Mis C...

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS
ESPAÑA

SOLICITUD DE PATENTE A1

Fecha de presentación: 07.06.2006
Fecha de publicación de la solicitud: 16.02.2009
Fecha de publicación del folleto de la solicitud: 16.02.2009

Título: **Tejido textil**

Resumen:
Tejido textil principalmente para la fabricación de maletas y bolsos, que está compuesto por una primera capa (1) la cual está formada por una cantidad de hilos (4) entrelazados, adheridos a una segunda capa (2) formada mediante una segunda capa (2) adherida, a una tercera capa (3) que está realizada en un elastómero termoplástico. También se muestra el elastómero termoplástico de la tercera capa (3) en un primer y la primera capa (1) está formada por una fibra (5) de polímero reciclado.

Solicitante: GRUPO FUN & BASIC, S.A.
Calle: K. Miraflores II - Urb. "El Suro"
28100 Alcobendas, Madrid, ES
Inventor: Goyeneche Maza, Javier
Agente: Convejaly Urquijo, Isabel

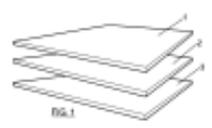


FIG. 1



LA MIRADA Actualidad en Estilo

Capitulos de la revista

IDENTIFICACIÓN

NUNCA VIDA A LOS DESHECHOS

Basura para diseñar

Consumimos cinco veces más recursos de los que el planeta puede generar», asegura Javier Goyeneche, fundador de Ecoalf, una firma española de vocación sostenible que, en poco más de un año, ha colaborado con Apple (en el diseño de fundas), Marc Jacobs y la nueva temporada de J.Crew, elaborando tejidos. Su misión es invertir en investigación para convertir la basura en tejido de calidad. «De residuos PET conseguimos una fibra tan suave como la seda y más resistente», asegura su directora creativa, Carolina Blázquez. En 2013 producirán un total de 75.000 metros de hilo a partir de botellas, redes y posos de café reciclados. «Este último material protege, además, contra los rayos UV, absorbe olores y seca más rápido». Sus investigaciones recientes se centran en el reciclaje de materiales naturales como algodones. «En 20 días presentamos un proyecto en el que hemos trabajado dos años junto al Centro Tecnológico de Calzado de la Rioja. Una chancleta a partir de polvo de neumáticos reciclados unidos por calor, sin coagulantes ni pegamentos», añade Javier.

Contaminación Vancouver por 2013

Javier Goyeneche
«En la producción de nuestros tejidos utilizamos un 50% menos de energía de lo habitual».



20% OFF
BECOME A MEMBER

Ydona
ECOALF.

JORNADA DE CREACIÓN Y SOSTENIBILIDAD
2 junio 2011

all rights reserved Preguntas Frecuentes - Condiciones de Compra - Aviso Legal - Protección de datos - Contacto

ES 2 312 299 A1

Visado Electrónico Oficina Española de Patentes y Marcas, Madrid, España, 16.02.2009

¿Dónde registro? ¿En qué mercado/s pretendo vender mis productos y/o servicios?

Vías de Protección :

- *Nacional : España (OEPM)*
- *Europa: Oficina Europea de Patentes (OEP): 38 países*
- *Internacional: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) Tratado PCT, 152 países*

Protección en España

MERCADO NACIONAL:

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)

Pº de la Castellana, 75. 28071
Madrid

Tfno.: 902 157 530 fax
913495597

www.oepm.es

Si se concede, la patente quedará protegida en todo el territorio nacional y, por tanto, en dicho ámbito territorial el titular podrá ejercitar todos los derechos derivados del registro

b. Modelos de Utilidad

Protege invenciones que, siendo nuevas e implicando una actividad inventiva, consisten en:

Dar un objeto, una configuración, estructura o constitución de la que resulte alguna ventaja práctica para su uso o fabricación.

Duración : **10 años**

Pueden ser utensilios, instrumentos, herramientas, aparatos, dispositivos o parte de los mismos

No pueden ser procedimientos ni medicamentos ni materia biológica

Coste medio: **150 €**

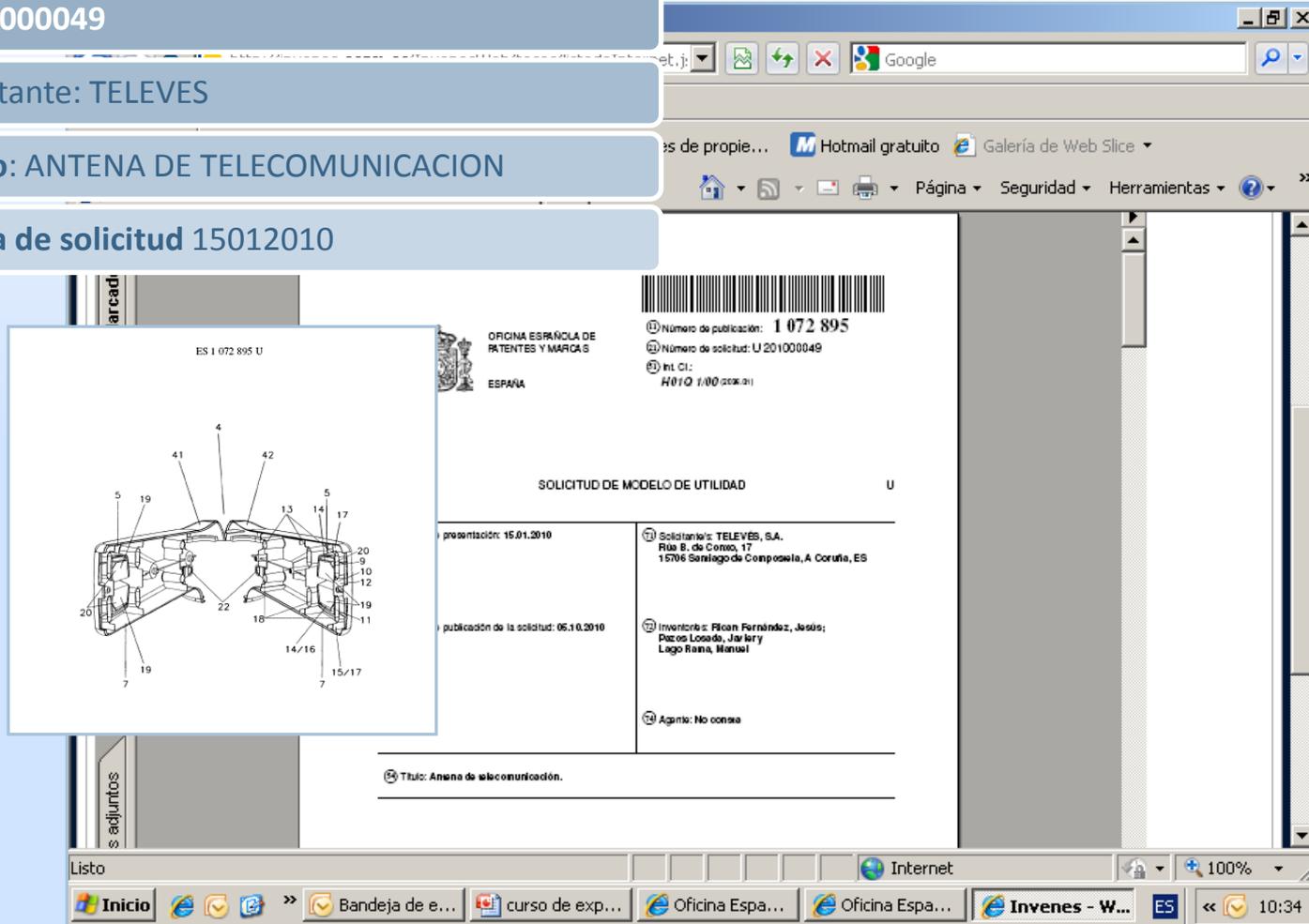
Ejemplo de Modelo de Utilidad

U201000049

Solicitante: TELEVES

Título: ANTENA DE TELECOMUNICACION

Fecha de solicitud 15/01/2010



ES 1 072 895 U

ORIGINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS
ESPAÑA

1072895

Número de publicación: 1 072 895
Número de solicitud: U 201000049
Int. Cl.:
H01Q 1/00 (2006.01)

SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD U

presentación: 15.01.2010

publicación de la solicitud: 05.10.2010

Solicitante: TELEVES, S.A.
Rúa B. de Correo, 17
15706 Santiago de Compostela, A Coruña, ES

Inventor: Fican Fernández, Jesús;
Pazos Losada, Javier y
Lago Rana, Manuel

Agente: No consta

Título: Antena de telecomunicación.

Inicio | Bandeja de e... | curso de exp... | Oficina Espa... | Oficina Espa... | Invenes - W... | 10:34

Ejemplos de Modelo de Utilidad

U201331356

Título: FUNDA SOPORTE PARA DISPOSITIVO ELECTRONICO PORTATIL

Fecha de solicitud 26-11-2013


 OFICINA ESPAÑOLA DE
PATENTES Y MARCAS
ESPAÑA



 ① Número de publicación: 1 099 308
 ② Número de solicitud: 201331356
 ③ Int. Cl.:
 A45C 11/24 (2006)

SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD U

④ Fecha de presentación:
 26.11.2013

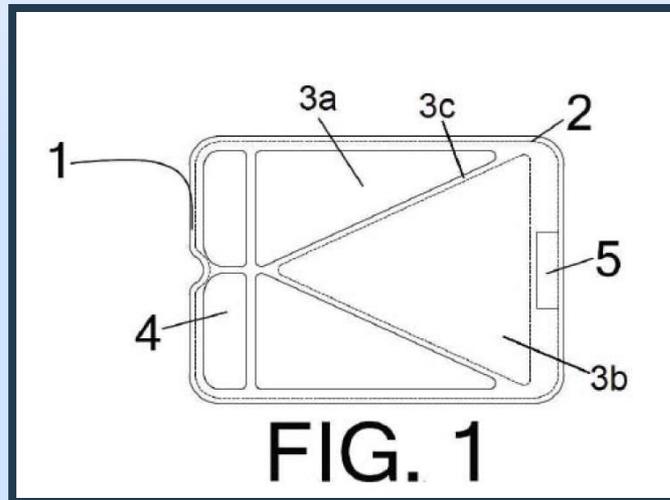
⑤ Fecha de publicación de la solicitud:
 03.02.2014

⑥ Solicitantes:
 YARTO FERRANDEZ, Francisco Asís (100.0%)
 CALLE RESINA, 35, NAVES 7 - 8
 28021 MADRID ES

⑦ Inventores:
 YARTO FERRANDEZ, Francisco Asís

⑧ Agente/Representante:
 DEL VALLE VALIENTE, Juan Carlos

⑨ Título: FUNDA SOPORTE PARA DISPOSITIVO ELECTRONICO PORTATIL



Para qué sirve una Patente/ Modelo de Utilidad?

- Protección



- Negociar



- Garantía de Calidad técnica



- Conocer Estado de la



2. SIGNOS DISTINTIVOS: Marcas y Nombres Comerciales

Marca

Todo signo que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras.

Nombre Comercial

Todo signo que identifique a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

- **Signo:** letras, palabra, dibujo...
- **Distintivo:** que distinga e identifique

Tipos de Marcas

- **Individuales:** individualiza productos y/o servicios
- **Colectiva:** distingue los productos o servicios de los miembros de una asociación de fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios. El titular de esta marca es dicha asociación



Marca nº: M 3511907

Titular: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MIGUELITOS DE LA RODA



Tipos de Marcas

- **Garantía:** garantiza o certifica que los productos o servicios cumplen requisitos comunes (calidad, componentes, origen geográfico, condiciones técnicas, modo de elaboración del producto, etc.)
 - *Esta marca no puede ser utilizada por su titular, sino por terceros a quien el mismo autorice, tras controlar y evaluar que los productos o servicios de este tercero cumplen los requisitos que dicha marca garantiza o certifica*



Marca nº: M 2831469

Titular: COMUNIDAD AUTONOMA DE LA REGION DE MURCIA

Marca concedida a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y limitada a productos artesanos de la Región de Murcia.

Tipos de Marcas Individuales

ARMAND BASI

Una palabra:

- Marca Denominativa



Un Logotipo:

- Marca Gráfica

Tipos de Marcas Individuales



Combinación de Letras
y Logotipo:

- Marca Mixta



Forma del Producto:

- Marca Tridimensional



Marcas de Producto y Marcas de Servicio



Marca de
Productos

Marca de
Servicios

Ventajas del registro

Garantiza que los consumidores distingan los productos o servicios

Permite a las empresas diferenciar sus productos o servicios

Es un instrumento de comercialización

Permite proyectar la imagen y la reputación de una empresa

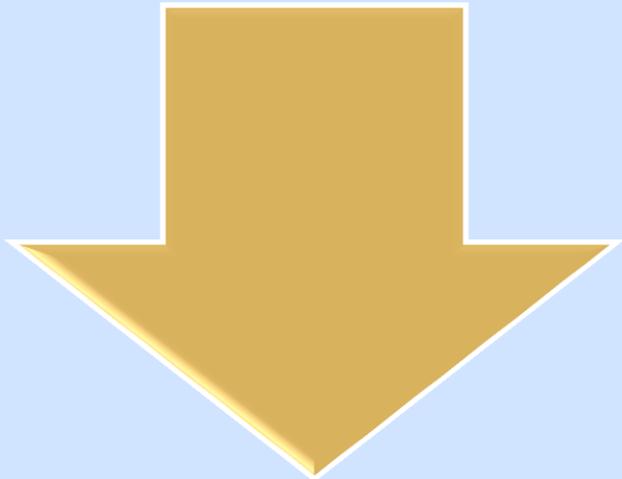
Puede ser objeto de concesión de licencias y proporcionar fuente de ingresos a través de regalías

Puede ser útil para obtener financiación

Riesgos de no registrar



La marca, aunque llevemos años utilizándola no será de nuestra propiedad, salvo que sea una marca notoriamente conocida.



Cualquier persona podría registrarla y, como dueña de la misma, podría incluso obligarnos a quitarla de nuestros productos y/o servicios

¿Dónde registro? ¿En qué mercado/s pretendo vender mis productos y/o servicios?

Vías de protección:

- *Nacional (OEPM): España*
- *De la Unión Europea: Oficina de propiedad Intelectual de la UE (EUIPO)*
- *Internacional (OMPI): 95 países*

Diseño Industrial



INNOVACIÓN de
la FORMA



Pueden ser
tridimensionales
o bidimensionales
o una
combinación de
ambos.

aparición de la
totalidad o de una
parte de un
producto



Requisitos Diseño Industrial

Tiene que ser nuevo



Tiene que ser original (no imitación de diseños que ya existen)

Carácter singular: la impresión general que produzca en el usuario informado difiere de los demás diseños

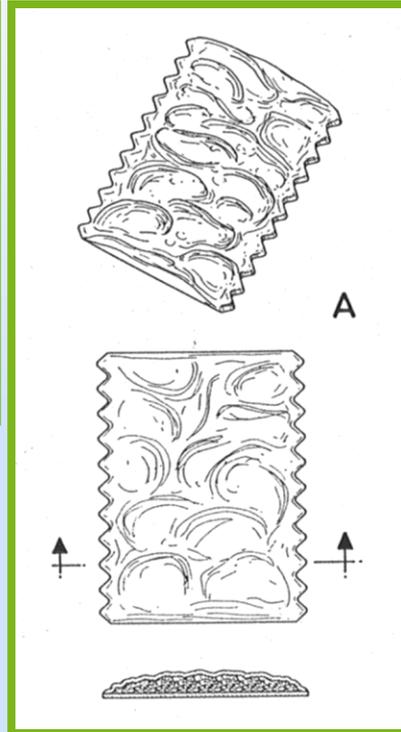
Ejemplo de Diseño Tridimensional



Vajilla Porcelanas Bidasoa
Modelo Plata Azul Verde
Diseño Andrés Nágel

Protege las
características
tridimensionales:
forma del
producto

Ejemplo de Diseño Tridimensional



Ejemplo de Diseño Bidimensional



Azulejo Modelo Link Up
CERACASA

Protege las características bidimensionales: adornos, figuras, líneas o colores del producto

Diseño industrial: cuestiones básicas

¿Resulta muy
costoso registrar
un/os diseño/s?

- En principio no, si bien dependerá del número de diseños. En España pueden incluirse hasta 50 diseños en una única solicitud.
- Coste aproximado, dependiendo del número de diseños: 130€

¿Cuánto dura la
protección?

- El diseño se concede por 5 años renovables por períodos sucesivos de 5 años hasta un máximo de 25 años.

Ventajas del registro

Permite obtener exclusividad respecto a las características estéticas o aspecto visual de los productos

Añaden valor al producto: Puede convertirse en el principal motivo de compra de un producto

Puede ser objeto de concesión de licencias y proporcionar fuente de ingresos a través de regalías

Puede ser útil para obtener financiación

Constituyen importantísimos activos empresariales.

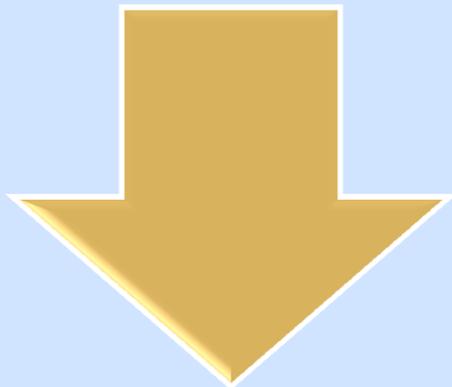
Son útiles para fortalecer una marca . los diseños creativos suelen ir asociados a marcas distintivas con el propósito de reforzar la imagen corporativa

Añaden prestigio a la empresa

Riesgos de no registrar



El diseño no será nuestro y cualquiera podrá copiarlo o imitarlo sin que podamos evitarlo



Existe un plazo de gracia de 12 meses, desde la divulgación, para registrarlo sin perder la novedad y también existe la figura del diseño no registrado, por un plazo de 3 años, se podrá actuar contra copias casi idénticas

¿Dónde registro? ¿En qué mercado/s pretendo vender mis diseños?

Vías de Protección:

- *Nacional: OEPM, España*
- *Comunitaria: EUIPO: UE*
- *Internacional: OMPI, 62 países*

Protección en España

MERCADO NACIONAL

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)

Pº de la Castellana, 75. 28071 Madrid.

Tfno.: 917925804/ fax 913495597

www.oepm.es

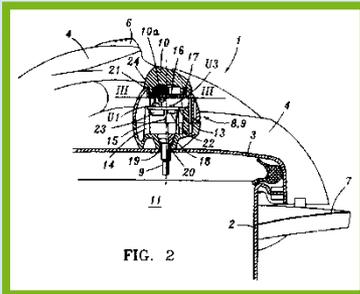
En otros países en las respectivas Oficinas Nacionales

Si se concede, el diseño quedará protegido en todo el territorio nacional y, por tanto, en dicho ámbito territorial el titular podrá ejercitar todos los derechos derivados del registro.

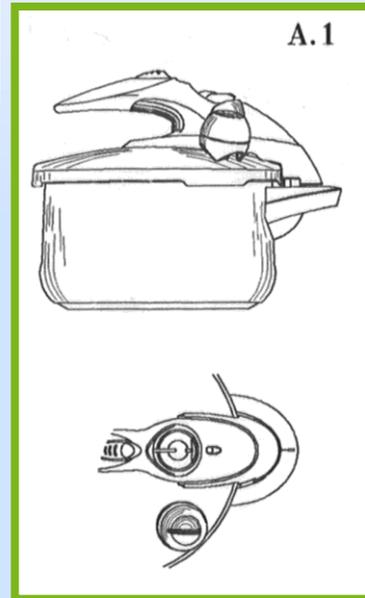
Ejemplo de Protección Múltiple



Combinación de mejoras
funcionales (P), características
de apariencia (D) y marca (M)



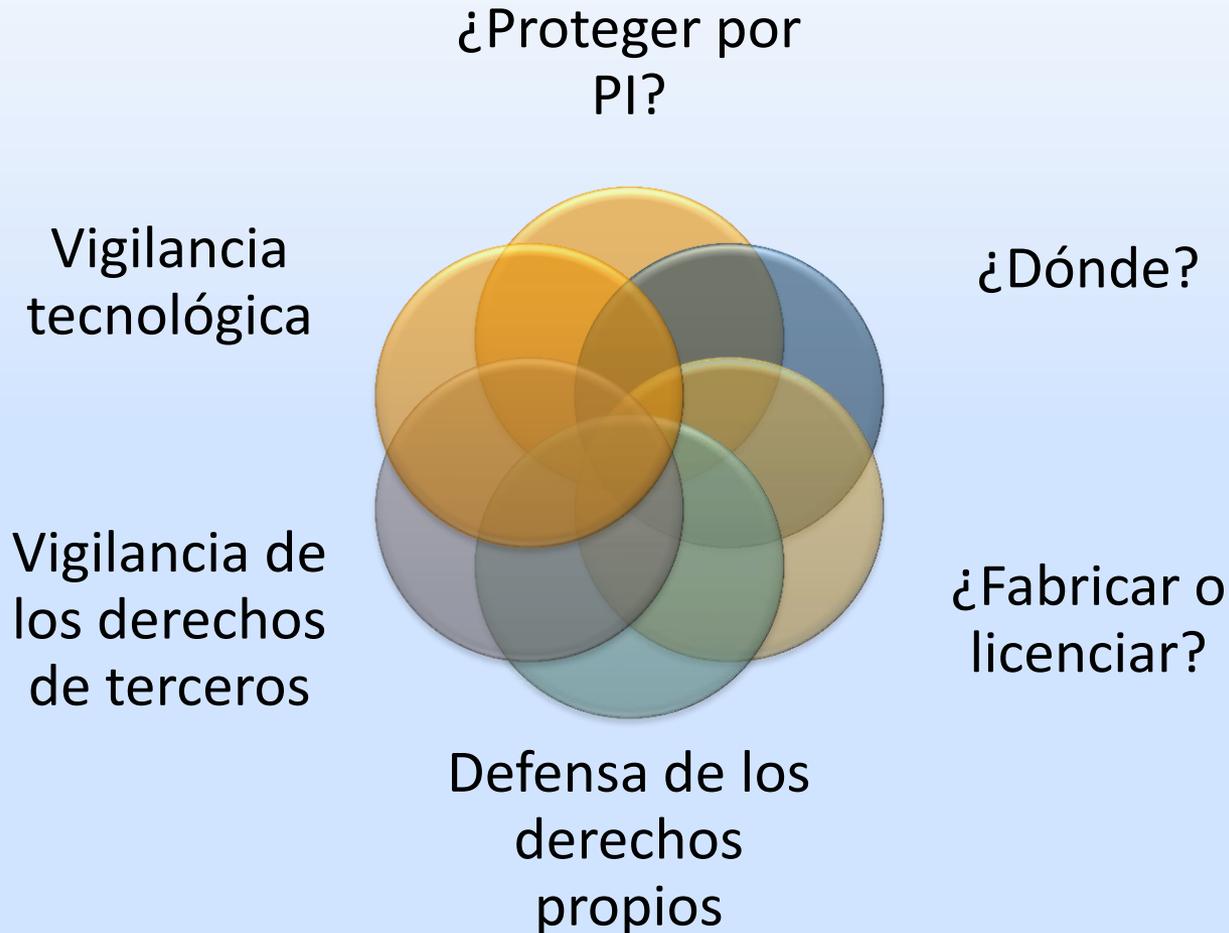
Patente:
ES 2172478



Olla Automática Innova®
Fagor S.Coop.

Diseño:
I0150987

Gestión de la innovación: política estratégica de Propiedad Industrial



Activos de propiedad intelectual

- ¿Qué requisitos para la protección se cumplen?
- ¿Qué alcance se le va a dar a la protección? Es decir, nacional o internacional

Ingresos

Costes

Protección

Valorización

- Planes comerciales
- Valor económico del producto
- Estrategias de venta

Competitividad

Comercialización

- Costes de la protección, tasas de solicitud, trámite y mantenimiento.
- Este parámetro se tiene muy en cuenta para el alcance internacional de la protección

- Ventajas competitivas que nos va a proporcionar la protección.

Las patentes, marcas o diseños son como una casa o un coche:

Se pueden vender

Se pueden alquilar

Se pueden donar, embargar, hipotecar,
heredar



Hipototeca (mobiliaria) garantía de un préstamo

Marcas comerciales como Calvo, Koipe, Carbonell, Capitán Trueno, o Ron Ribera Caribeña han sido hipotecadas en algún momento de su historia.



25.000.000 euros



Marcas que se ofrecen al banco como garantía para conseguir un préstamo... ¡sin olvidar cumplir los pagos!

Riesgos de hipotecar una marca

Una compañía puede seguir operando aunque le embarguen su sede, ya que puede mudarse a otro ubicación. Sin embargo, **mantener la actividad sin la propia identidad es imposible** en la mayoría de los supuestos.



¿Qué es lo que más vale de una empresa?

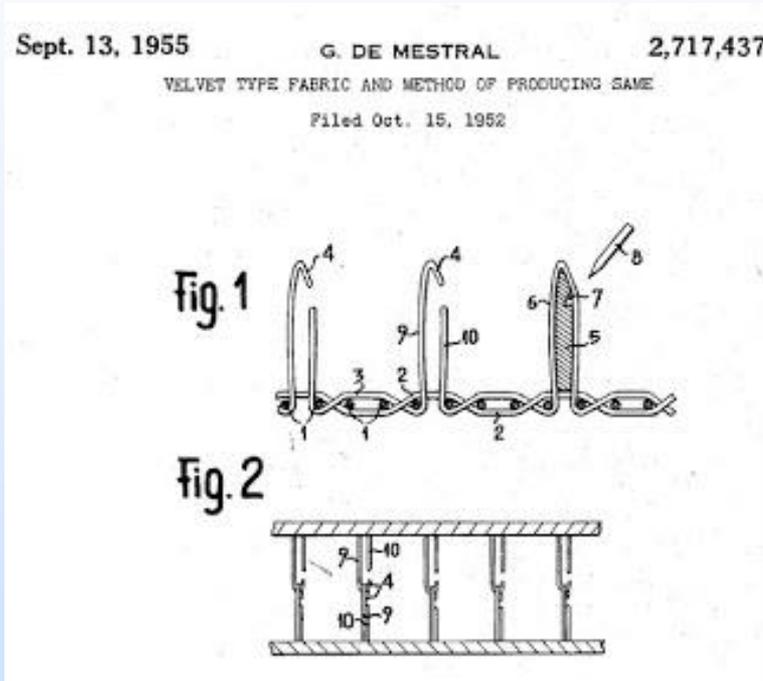


¿Sus sillas, mesas, fábricas o sedes donde trabajan ?

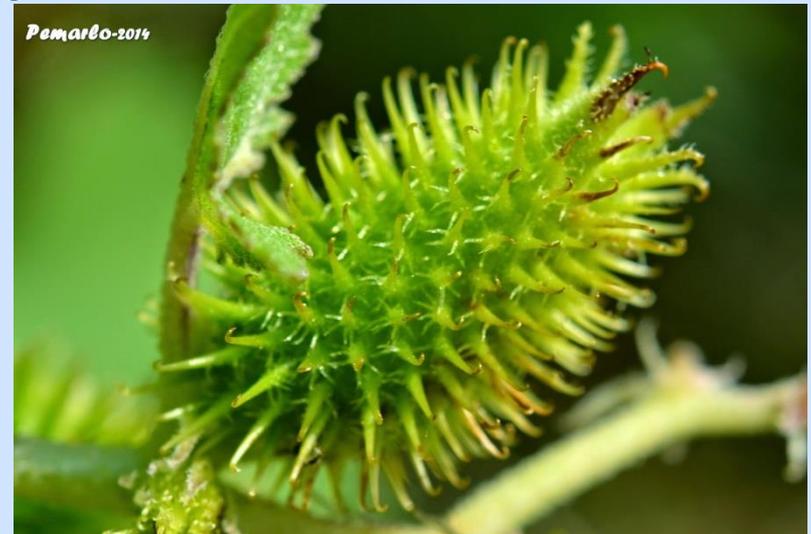


¿O las marcas, diseños e invenciones que crean?

En ocasiones una patente tiene un gran éxito



Georges de Mestral



Oct. 24, 1961

G. K. CHRISTIANSEN

3,005,282

TOY BUILDING BRICK

Filed July 28, 1958

2 Sheets-Sheet 2

FIG. 7.

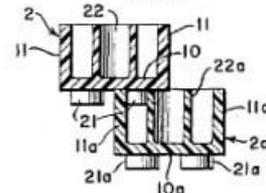


FIG. 8.

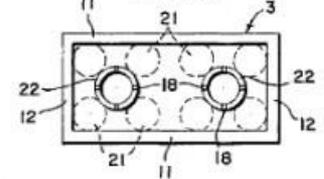


FIG. 9.

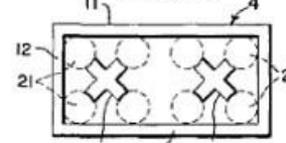


FIG. 10.

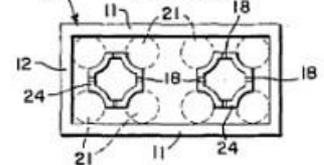


FIG. 11.

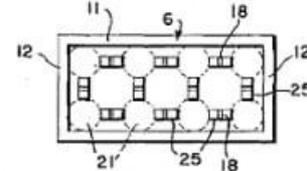
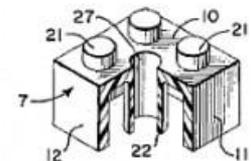


FIG. 12.



INVENTOR

Godtfred Kirk Christiansen

BY
S. Stevens, Davis, Miller & Moshier
ATTORNEYS





Jan. 28, 1947.

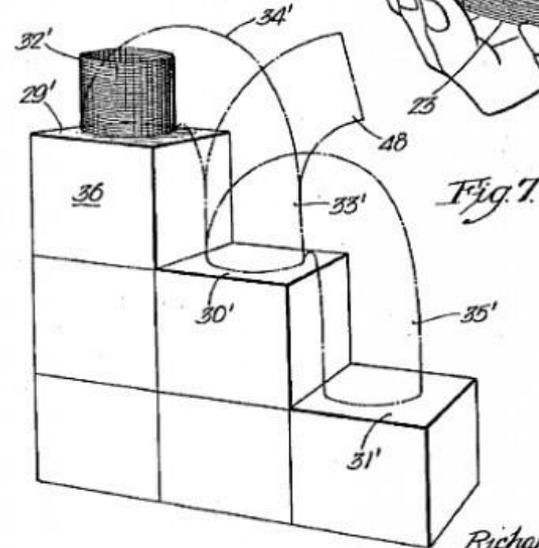
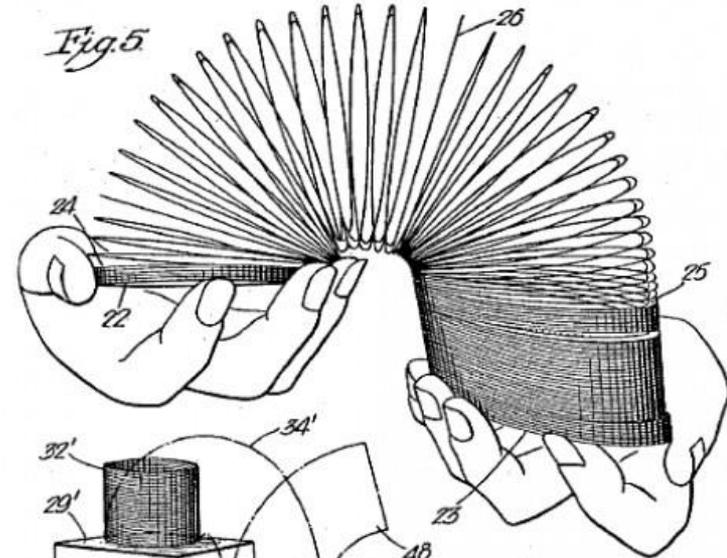
R. T. JAMES

2,415,012

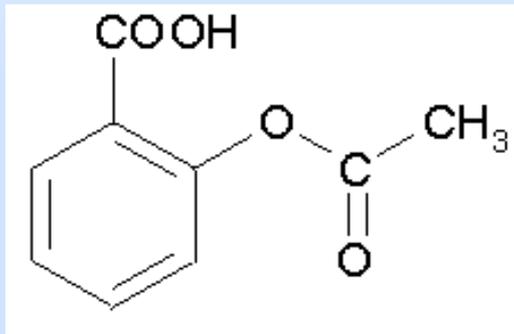
TOY AND PROCESS OF USE

Filed Aug. 21, 1946

3 Sheets-Sheet 3



INVENTOR,
Richard T. James
BY *[Signature]*
Attorneys



UNITED STATES PATENT OFFICE.

FELIX HOFFMANN, OF ELBERFELD, GERMANY, ASSIGNOR TO THE FARBEN-FABRIKEN OF ELBERFELD COMPANY, OF NEW YORK.

ACETYL SALICYLIC ACID.

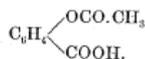
SPECIFICATION forming part of Letters Patent No. 644,077, dated February 27, 1900.

Application filed August 1, 1898. Serial No. 687,385. (Specimens.)

To all whom it may concern:

Be it known that I, FELIX HOFFMANN, doctor of philosophy, chemist, (assignor to the FARBENFABRIKEN OF ELBERFELD COMPANY, of New York,) residing at Elberfeld, Germany, have invented a new and useful improvement in the manufacture or production of acetyl salicylic acid; and I hereby declare the following to be a clear and exact description of my invention.

In the *Annalen der Chemie und Pharmacie*, Vol. 150, pages 11 and 12, Kraut has described that he obtained by the action of acetyl chloride on salicylic acid a body which he thought to be acetyl salicylic acid. I have now found that on heating salicylic acid with acetic anhydride a body is obtained the properties of which are perfectly different from those of the body described by Kraut. According to my researches the body obtained by means of my new process is undoubtedly the real acetyl salicylic acid.

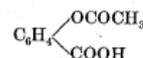


Therefore the compound described by Kraut cannot be the real acetyl salicylic acid, but is another compound. In the following I point out specifically the principal differences between my new compound and the body described by Kraut.

If the Kraut product is boiled even for a long while with water, (according to Kraut's statement,) acetic acid is not produced, while my new body when boiled with water is readily split up, acetic and salicylic acid being produced. The watery solution of the Kraut body shows the same behavior on the addition of a small quantity of ferric chlorid as a watery solution of salicylic acid when mixed with a small quantity of ferric chlorid—that is to say, it assumes a violet color. On the contrary, a watery solution of my new body when mixed with ferric chlorid does not assume a violet color. If a melted test portion of the Kraut body is allowed to cool, it begins to solidify (according to Kraut's statement) at from 118° to 118.5° centigrade, while a melted test portion of my product solidifies at about 70° centigrade. The melting-points of the two compounds cannot be compared, be-

cause Kraut does not give the melting-point of his compound. It follows from these details that the two compounds are absolutely different.

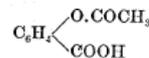
In producing my new compound I can proceed as follows, (without limiting myself to the particulars given:) A mixture prepared from fifty parts of salicylic acid and seventy-five parts of acetic anhydride is heated for about two hours at about 150° centigrade in a vessel provided with a reflux condenser. Thus a clear liquid is obtained, from which on cooling a crystalline mass is separated, which is the acetyl salicylic acid. It is freed from the acetic anhydride by pressing and then recrystallized from dry chloroform. The acid is thus obtained in the shape of glittering white needles melting at about 135° centigrade, which are easily soluble in benzene, alcohol, glacial acetic acid, and chloroform, but difficultly soluble in cold water. It has the formula



and exhibits therapeutical properties.

Having now described my invention and in what manner the same is to be performed, what I claim as new, and desire to secure by Letters Patent, is—

As a new article of manufacture the acetyl salicylic acid having the formula:



being when crystallized from dry chloroform in the shape of white glittering needles, easily soluble in benzene, alcohol and glacial acetic acid, difficultly soluble in cold water, being split by hot water into acetic acid and salicylic acid, melting at about 135° centigrade, substantially as hereinbefore described.

In testimony whereof I have signed my name in the presence of two subscribing witnesses.

FELIX HOFFMANN.

Witnesses:
R. E. JAHN,
OTTO KÖNIG.



El origen del POST-IT.
3M. 1970

United States Patent

[15] **3,691,140**

Silver

[45] **Sept. 12, 1972**

[54] **ACRYLATE COPOLYMER
MICROSPHERES**
[72] Inventor: **Spencer Ferguson Silver, 3 M
Center, St. Paul, Minn. 55101**

3,385,839	5/1968	Honig et al.	260/86.1 N
3,428,617	2/1969	Sobolev	260/86.1 N
3,485,806	12/1969	Bloomquist et al.	260/86.1 N
3,527,802	9/1970	Slagel	260/86.1 N

[22] Filed: **March 9, 1970**

Primary Examiner—Harry Wong, Jr.
Attorney—Kinney, Alexander, Sell, Steldt & Delahunt

[21] Appl. No.: **17,880**

[52] U.S. Cl.**260/78.5, 117/155, 117/161,
260/29.6, 260/30.4, 260/31.2, 260/32.8,
260/33.4, 260/33.6, 260/79.3, 260/80.73,
260/80.8, 260/80.81, 260/86.1 R, 260/86.1
N**

[57] **ABSTRACT**
Infusible, solvent-dispersible, solvent-insoluble, inherently tacky, elastomeric copolymer microspheres consist essentially of about 90 percent to about 99.5 percent by weight of at least one alkyl acrylate ester and about 10 to about 0.5 percent by weight of at least one monomer selected from the group consisting of substantially oil-insoluble, water-soluble, ionic monomers and maleic anhydride. The microspheres are prepared by aqueous suspension polymerization utilizing emulsifier in an amount greater than the critical micelle concentration in the absence of externally added protective colloids or the like.

[51] Int. Cl.**C08f 15/26**

[58] Field of Search**260/86.1 N, 79.3, 78.5, 80.73,
260/80.8, 80.81**

[56] **References Cited**

UNITED STATES PATENTS

2,892,822	6/1959	Gray et al.	260/86.1 N
3,257,478	6/1966	Jubilee et al.	260/86.1 N

19 Claims, No Drawings

Estrategia Patentes y modelos de utilidad

Razones para patentar

Obtener sólida posición en el mercado y ventaja competitiva:

- Una patente concede a su titular el derecho exclusivo de impedir a otros que utilicen comercialmente la invención patentada, reduciendo de este modo la incertidumbre, el riesgo y la competencia de imitadores.

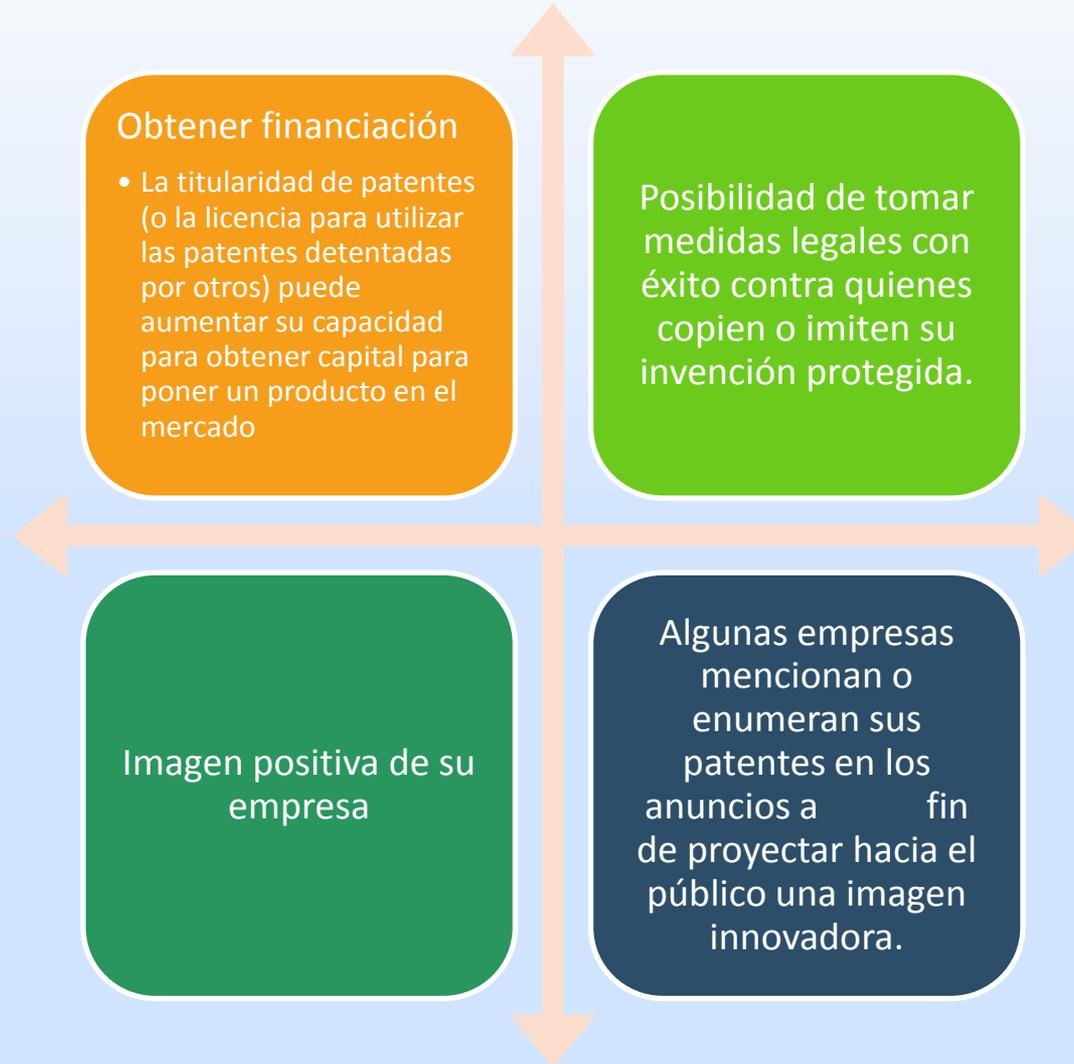
Aumentar los beneficios y mejorar rendimiento de inversiones.

- Si una empresa invierte tiempo y dinero en I+D, la protección por patente de las invenciones resultantes contribuirá a recuperar gastos y obtener mayor rendimiento de las inversiones.

Obtener ingresos adicionales procedentes de la concesión de licencias o cesiones

Licenciar: ceder sus derechos sobre la invención a otros a cambio de sumas fijas y/o regalías, a fin de generar ingresos adicionales para la empresa.

Razones para patentar



Alternativas a las patentes

Fuente EPO Patent Kit

Divulgación de información (publicación)

- Es barato.
- Se evita que otros patenten la misma invención.

- No otorga exclusividad.
- Se revela la invención a los competidores.

Secreto (crear un secreto industrial)

- Barato (pero existe el coste de mantener la confidencialidad).
- No se revela la invención.

- No existe protección contra la ingeniería inversa o reproducción de la invención.
- Es difícil exigir mantenerlo.
- Los "secretos" suelen filtrarse bastante rápido.

No hacer nada

- No requiere ningún esfuerzo.

- No otorga exclusividad.
- A menudo los competidores se enteran de los detalles.

Qué se puede proteger y cómo



A A A | Contacto | Mapa Web | Idioma: Bienvenido Cambiar Idioma

 GOBIERNO DE ESPAÑA |  MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO |  Oficina Española de Patentes y Marcas

 Sede Electrónica

Buscar

INICIO | **SIGNOS DISTINTIVOS** (Marcas y Nombres comerciales) | **INVENCIONES** (Patentes, Modelos de utilidad, CCP) | **DISEÑOS INDUSTRIALES** | **PROPIEDAD INDUSTRIAL** (Publicaciones, Agentes PI, Ponencias...) | **SOBRE LA OEPM** | **INFORMACIÓN TECNOLÓGICA**

Estás en: [Propiedad industrial](#) / [La propiedad industrial](#) / [¿Qué se puede proteger y cómo?](#)

¿QUÉ SE PUEDE PROTEGER Y CÓMO?

Los títulos de Propiedad Industrial se refieren a las Invencciones, los Diseños Industriales, los Signos Distintivos y las Topografías de Productos Semiconductores.

Todos los derechos de propiedad industrial concedidos por la OEPM son aplicables en todo el territorio nacional.

- Marcas y nombres comerciales
- Invencciones Industriales
- Diseños Industriales
- Topografías de Productos Semiconductores

Existen derechos de propiedad industrial concedidos por organizaciones supranacionales con efectos a nivel comunitario o internacional.

- Marca Comunitaria
- Marca Internacional
- Patente Europea
- Solicitud de Patente Internacional PCT
- Diseños Comunitarios
- Diseños Internacionales

Formularios
Tasas
Consulta de invenciones
[Invenes](#)
[Espacenet](#)
[Latipat-Espacenet](#)
[PATENTSCOPE@](#)
[Clasificación internacional de patentes](#)

Consulta de marcas registradas
[Localizador de marcas](#)
[TMView](#)
[Clasificación internacional de productos y servicios](#)

Consulta de diseños
[Invenes](#)
[RCD-Online](#)
[Hague-Express](#)

La propiedad industrial

 **BOPI**

Ayudas y subvenciones

Perfil del contratante

Otras informaciones
[Estadísticas](#)
[Centros Regionales de Información de PI](#)
[Empleo](#)
[Aula de Propiedad Industrial](#)
[Internacionalización-PPH](#)
[Transferencia de Tecnología](#)
[Enlaces y direcciones de interés](#)

Portales OEPM
 [Calidad](#)
 [Piratería](#)

AYUDAS para afrontar los gastos de protección



Bienvenido Benvinguts Benvindos Ongi etorri Welcome

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Oficina Española de Patentes y Marcas

Sede Electrónica

Educación y PI

P Y M E SERVICIO DE ASISTENCIA A PYMES Y EMPREENDEDORES

INICIO MARCAS Y NOMBRES COMERCIALES INVENCIONES DISEÑOS INDUSTRIALES PROPIEDAD INDUSTRIAL SOBRE LA OEPM INFORMACIÓN TECNOLÓGICA

Estás en : Propiedad industrial / Ayudas / Ayudas de la OEPM para fomento de solicitudes de patentes y modelos de utilidad 2014

Formularios

Tasas

Ayudas concedidas por las Comunidades Autónomas

Ayudas Estatales

Unión Europea

Ayudas para proyectos de investigación relacionados con la Propiedad Industrial

Ayudas de la OEPM para fomento de solicitudes de patentes y modelos de utilidad 2014

Consulta de invenciones

Invenes

Espacenet

Latipat-Espacenet

PATENTSCOPE®

Ayudas de la OEPM para el fomento de solicitudes de patentes y modelos de utilidad 2014

- Las Resoluciones Definitivas de las solicitudes de subvención correspondientes a la convocatoria 2014 de Ayudas para el Fomento de las solicitudes de Patentes y Modelos de Utilidad se han publicado el día 13 de noviembre de 2014.
- Bases Reguladoras
- Convocatoria 2014
- Corrección de errores
- Formularios
- Información General y Preguntas más frecuentes
- Vínculos de interés
- Protección de Datos
- Acceso al Expediente

BOPI Boletín Oficial de la Propiedad Industrial

Ayudas y subvenciones

Perfil del contratante

Otras informaciones

Estadísticas

Centros Regionales de Información de PI

Empleo

Aula de Propiedad Industrial

Internacionalización

Transferencia de Tecnología

Enlaces y direcciones de interés

Portales OEPM

Portal de la Transparencia Gobierno de España

Calidad

ES 17:36

ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA:

Oficina Virtual Trámites en línea: sistema seguro



The screenshot shows a web browser window displaying the OEPM website. The address bar shows <https://sede.oepm.gob.es/eSede/es/index.html>. The page header includes the OEPM logo, the text "Oficina Española de Patentes y Marcas", and the slogan "@dministración electrónica". The main content area features a navigation breadcrumb "Estás en : Inicio - Sede Electrónica", a photograph of hands using a laptop, and a welcome message: "Bienvenido a la Sede Electrónica de la Oficina Española de Patentes y Marcas". Below this, there is a paragraph explaining the digital services and a section for "Proyecto OpenData". A right-hand sidebar contains a list of links under the heading "Información", including "Resolución de creación de la sede electrónica de la OEPM", "Resolución de creación del registro electrónico de la OEPM", "Atención Personal y electrónica, en la oficina del Organismo", "Calendario de Días inhábiles en la AGE", "Buzón de quejas y sugerencias", "Sistema de verificación de la sede y de los sellos electrónicos", "Relación de sistemas de firma electrónica admitidos", and "Requisitos de presentación de otros trámites". Below this is a "Contacte con la OEPM" section with contact information: "Información telefónica de carácter general: Teléfono: 902 157 530" and "Correo Electrónico: informacion@oepm.es". At the bottom, there is an "Enlace:" section with the URL <https://sede.oepm.gob.es/eSede/eSede/index.html>. The Windows taskbar at the bottom shows the system clock at 17:38 and the language set to ES.

Estás en : Inicio - Sede Electrónica



Bienvenido a la Sede Electrónica de la Oficina Española de Patentes y Marcas

Esta sede electrónica es titularidad de la Oficina Española de Patentes y Marcas. La responsabilidad sobre la gestión de cada uno de los servicios y procedimientos puestos a disposición de los ciudadanos en la sede recaerá en el departamento titular de aquellos.

La gestión tecnológica de la sede electrónica se realizará a través de la División de Tecnologías de la Información de la OEPM. Desde esta sede puede acceder a los procedimientos y servicios electrónicos que la Oficina Española de Patentes y Marcas pone a su disposición.

Proyecto OpenData

Todos los datos que se publican en el portal [OpenData](#) son reutilizables.

Información

- Resolución de creación de la sede electrónica de la OEPM
- Resolución de creación del registro electrónico de la OEPM
- Atención Personal y electrónica, en la oficina del Organismo
- Calendario de Días inhábiles en la AGE
- Buzón de quejas y sugerencias
- Sistema de verificación de la sede y de los sellos electrónicos
- Relación de sistemas de firma electrónica admitidos
- Requisitos de presentación de otros trámites

Contacte con la OEPM

Información telefónica de carácter general:
Teléfono: 902 157 530

Correo Electrónico:
informacion@oepm.es

Enlace:
<https://sede.oepm.gob.es/eSede/eSede/index.html>

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)



Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

PROPIEDAD INTELECTUAL : CONCEPTOS BÁSICOS Y RETOS ANTE EL DESARROLLO DEL MUNDO DIGITAL

Alejandro Puerto Mendoza
Registrador de la Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid





Esquema general de la exposición

1. Aproximación a la propiedad intelectual
 - 1.1 Objeto y características: originalidad
 - 1.2 Derechos y límites
2. Situación actual en el mundo digital
3. Nuevas tendencias

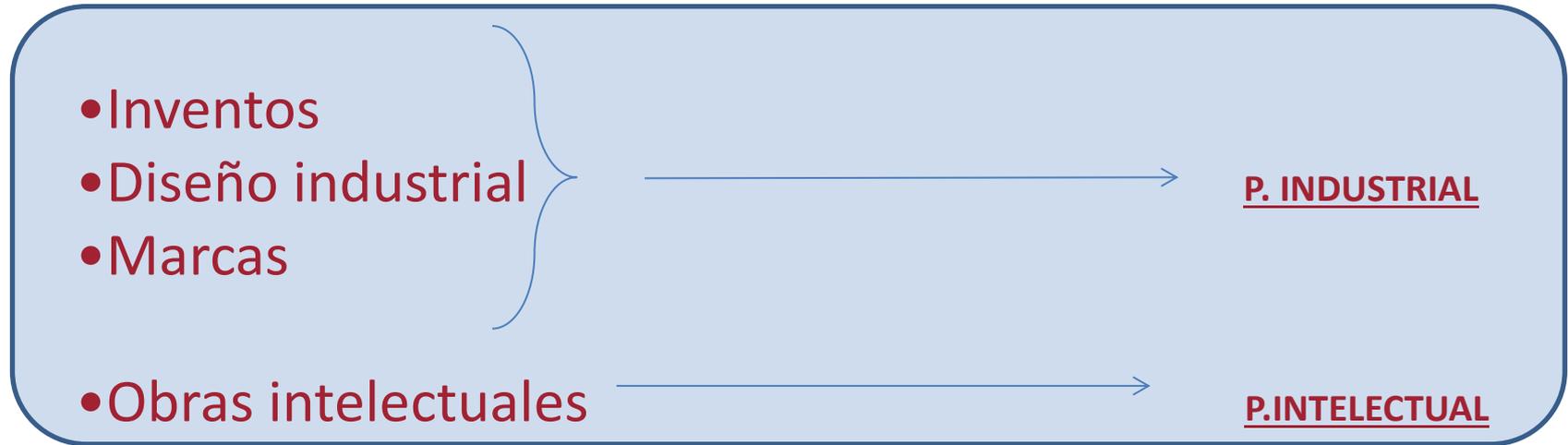




- EL INGENIO HUMANO ES CAPAZ DE GENERAR TODO TIPO DE CREACIONES A TRAVÉS DE LAS IDEAS Y EL PENSAMIENTO.
- CUANDO ESAS IDEAS SE EXTERIORIZAN, LAS LEYES, BAJO CIERTAS CONDICIONES, OTORGAN A SUS CREADORES UNA SERIE DE **DERECHOS DE MUY DIVERSA ÍNDOLE,** CARACTERÍSTICAS Y NATURALEZA.



Objeto de las creaciones intangibles:



- Ideas
- Modelos/planes de negocios
- Métodos
- Estilos
- Algoritmos
- Know how...

DERECHO DE CONTRATOS
SECRETO EMPRESARIAL
COMPETENCIA DESLEAL



	SIMILITUDES	DIFERENCIAS
PROPIEDAD INTELECTUAL/ INDUSTRIAL	<ul style="list-style-type: none">• Derechos exclusivos• Carácter intangible• Vulnerabilidad• Preocupación medios protección• Importancia económica	<ul style="list-style-type: none">• Finalidad. Interés cultural.• Nacimiento de derechos• Contenido, extensión y duración• Régimen de inscripción/gestión. Centralización vs. Descentralización. SSTC 103/1999 y 196/1997.



Acumulación de los derechos de p. intelectual e industrial (art. 3 LPI)

-Propiedad intelectual y marcas



Fuente imagen wikipedia

-Propiedad intelectual y diseño industrial

-Propiedad intelectual y patente



Fuente imagen http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-01-27/la-guerra-de-las-sillas-un-artista-responde-a-racismo-de-la-mujer-de-abramovich_81227/





Origen histórico de la propiedad intelectual

Toma de conciencia → explotación económica →
invención de la reproducción mecánica: imprenta de
tipos móviles Guttenberg 1450

Reconocimiento jurídico: Privilegio real →
consagración como derecho de la persona





-Objeto de derecho autor (Libro I TR LPdad Intelectual):

- Libros, obras dramáticas y traducciones



- Composiciones musicales



- Obras cinematográficas



- Obras de pintura, fotografía y escultura



- Proyectos arquitectónicos y de ingeniería



- Programas de ordenador y bases de datos



- (relación no cerrada). **Ejemplos.**



Características de la propiedad intelectual:

- Carácter especial: inmaterialidad, ubicuidad y vulnerabilidad
- Conflictividad con otros derechos:
libertad de expresión, información, acceso a la cultura, investigación...
- Coexistencia propiedad ordinaria y propiedad intelectual
- Sistema voluntario de registro
- Vocación de regulación internacional: Tratado Berna/Mercado Único Digital
- Importancia económica





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

“APPLE PAGARÁ 21 MILLONES DE DÓLARES POR UTILIZAR EL DISEÑO DEL RELOJ QUE PLAGIÓ PARA IOS 6”

FUENTE: MUYCOMPUTER. J. POMEYROL. 11/NOVIEMBRE/2012

[HTTP://WWW.MUYCOMPUTER.COM/2012/11/11/APPLE-PAGARA-21-MILLONES-DE-DOLARES-POR-UTILIZAR-EL-DISENO-DEL-RELOJ-QUE-PLAGIO-PARA-IOS-6](http://www.muycomputer.com/2012/11/11/apple-pagara-21-millones-de-dolares-por-utilizar-el-diseno-del-reloj-que-plagio-para-ios-6)





- Elementos configuradores de la “obra intelectual” :

- › Carácter INMATERIAL

- › Creación humana →

- › Exteriorización

- › ORIGINALIDAD





Requisitos para la existencia de obra protegible

- Melones
- Morcillas
- Vinos
- Cocina
- Tarimas
- Viajes
- Peluquería
- Rutas
- Panes
- Hamburguesas
- Queso
- Cerveza
- Faenas taurinas





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

“FOTOGAFIAR TU COMIDA Y SUBIRLA A LAS REDES SOCIALES PUEDE ACARREARTE UNA MULTA”

FUENTE: CINCO DÍAS. J. LÓPEZ ARREDONDO. 24/AGOSTO/2015
[HTTP://CINCODIAS.COM/CINCODIAS/2015/08/23/LIFESTYLE/1440312725_239253.HTML](http://CINCODIAS.COM/CINCODIAS/2015/08/23/LIFESTYLE/1440312725_239253.HTML)





JUZGADO. DE LO MERCANTIL N. 1 DE BADAJOZ
SENTENCIA DE 10 DE ABRIL DE 2017

FALLO



Fuente imagen: wikipedia

*Que debo DESESTIMAR Y DESESTIMO TOTALMENTE la demanda
interpuesta por*

.....

*contra el Registrador de la Propiedad Intelectual de
Extremadura, manteniendo en su integridad la
resolución denegatoria de la inscripción de
la faena de aquel,
escrita en el fundamento segundo de la presente.*





¿Qué es la originalidad?

- › No existe
- › Sí existe: carácter objetivo y subjetivo





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid



Fuente imagen:

M.L Coronado. Blog palabras por Madrid. <http://palabraspormadrid.blogspot.com.es/2014/03/todo-lo-que-no-es-tradicion-es-plagio.html>

Entrada de 5 de marzo de 2014





“Somos como enanos aupados a hombros de gigantes”
(Bernardo de Chartres).

“La originalidad es un plagio no detectado” (Thomas Harper
Ince).



Autor: Martín Favelis



La originalidad como concepto jurídico indeterminado

› Criterios doctrinales: carácter objetivo y subjetivo

› Criterios jurisprudenciales: poco concluyentes

→ Tribunal Supremo: “*altura creativa*”

→ Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Asunto *Infopaq*: “*creación propia de su autor*”





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

Bicicleta Brompton

Fuente imagen: <http://www.biciclos.com/bicicletas/brompton.htm>

Sentencia Juzgado Mercantil nº 5 Madrid 10/02/2010



Zapatos Crocs

Fuente imagen: <http://www.crocs.eu/>

Sentencia Audiencia Provincial de Valencia 10/01/2011



Farola Eixample

Fuente imagen : <http://tpurban.com/mobiliario-urbano/luminarias.html>

Sentencia Tribunal Supremo 27/09/2012



Diseño de moda DESIGUAL

Fuente imagen : <http://www.desigual.com/>

Sentencia Juzgado de lo Penal nº 3 Móstoles 20/05/2015



Modelo Aspiradora

Fuente imagen: Sentencia 311/2009 Juzgado Marca Comunitaria 1/09/2009





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

Sofá Giunone

Fuente: muebleslluesma.com

Sentencia Juzgado de lo Mercantil Alicante 22 /02/2013



Cochecito Bugaboo

Fuente: bugaboo.com

Sentencia Audiencia Provincial de Castellón 29/04/2013



Silla Tripp Trapp

Fuente: stokke.com

Sentencia Audiencia Provincial Alicante 19/10/2000

Sentencia Audiencia Provincial de Madrid 28/05/2003

Sentencia Audiencia Provincial de Madrid 17/11/2004





1.2 Derechos y límites

Las personas que hayan creado una obra original literaria, artística o científica tendrán dos tipos de derechos:

1. Derechos morales. (No contenido económico, pero sí derecho indemnización si se vulneran).

2. Derechos patrimoniales o económicos:

2.1 Derechos de explotación

2.2 Derechos remuneratorios



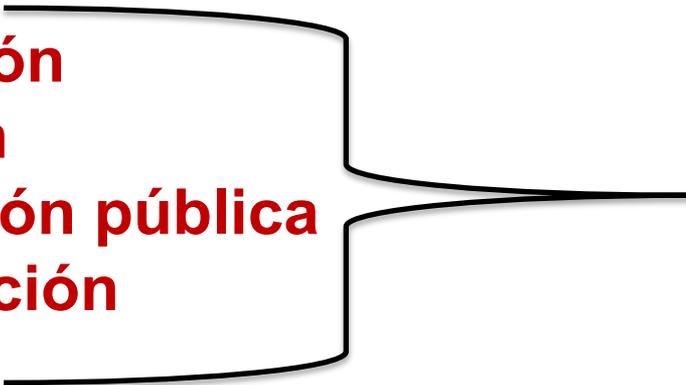


Derechos de explotación

Artículo 17. Derecho exclusivo de explotación y sus modalidades.

→ Nacen en el patrimonio del autor de forma automática al crear la obra, pero los puede transmitir y esa venta puede generarle una compensación económica. Su “explotación”, por tanto, depende de la decisión del autor.

- Reproducción
- Distribución
- Comunicación pública
- Transformación



“Usos”





¿POLÍTICA LEGISLATIVA DE PROTECCIÓN DE LA PI?

Los Estados se encuentran con el dilema de la opción política a seguir en relación a los derechos de propiedad intelectual:

→ ¿Protección para la defensa de los intereses privados de los autores?

→ ¿Libre uso a favor de derecho de acceso a la cultura, la información, la investigación...?

DECISIÓN: fijación de **mecanismos de limitación** de los derechos de autor

El alcance de los límites: consecuencias directas sobre diversos ámbitos:

- Derechos fundamentales
- Acceso cultura
- Políticas sociales
- Economía

Esta “tensión” desde orígenes de la p.i.

Redefinir derechos exige redefinir límites

ENTORNO DIGITAL





MODELOS de implementación de limitación. Europa y EEUU.

A) Modelo EEUU del “Copyright”-modelo utilitarista. El bien común está por encima del individuo. El beneficiario primario y último previsto es el público.

- Sistema del *Fair Use*, abierto/permisivo
- Funciona “*a posteriori*”
- Ej. Asunto *Google Books*

B) Modelo continental europeo del “derecho de autor”-modelo individualista.

- Sistema de límites cerrado/restrictivo
- Funciona de forma preventiva



Ejemplos límites Directiva 2001/29/CE (Directiva Infosoc)

Derechos fundamentales

Liber. información/expresión

5.3c-temas actualidad

5.3f-discursos políticos y de extractos de conferencias

5.3d-cita, crítica;

5.3k-parodia

Intereses públicos

5.2c-instituciones
interés cultural

5.3a-ilustración de la
enseñanza

5.3b-personas
minusvalía

5.3e-fines seguridad
pública

5.3g-celebraciones
religiosas/actos oficiales

5.3h-libertad panorama

5.3i-inclusión incidental

.....

Interés consumidores

5.2-b Copia privada



COPYRIGHT EXCEPTIONS



	AT	BE	BG	CZ	DE	DK	ES	EE	FI	FR	GB	GR	HR	HU	IE	IT	LT	LU	LV	MT	NL	PL	PT	RO	SK	SI	SE	CY	
5.1 Temporary acts of reproduction																													
5.2(a) Photocopying/photo-reproduction																													
5.2(b) Private copying																													
5.2(c) Reproductions by Libraries, Archives & Museums																													
5.2(d) Ephemeral recordings made by broadcasters																													
5.2(e) Reproduction of broadcasts by social institutions																													
5.3(a) Illustration for teaching or scientific research																													
5.3(b) Use for the benefit of people with a disability																													
5.3(c) Reporting by the press on current events																													
5.3(d) Quotation for criticism or review																													
5.3(e) Use for public security purposes																													
5.3(f) Use of public speeches and public lectures																													
5.3(g) Use during religious or official celebrations																													
5.3(h) Use of works of architecture or sculptures in public spaces																													
5.3(i) Incidental inclusion																													
5.3(j) Use for advertising the exhibition or sale of works of art																													
5.3(k) Use for the purpose of caricature, parody or pastiche																													
5.3(l) Use for the demonstration or repair of equipment																													
5.3(m) Use for the purpose of reconstructing a building																													
5.3(n) Use for the purpose of research or private study																													
5.3(o) Pre-existing exceptions of minor importance																													
Reproducing and making available of orphan works																													

■ Implemented ■ Partly Implemented
■ Not Implemented ■ Unknown

Fuente: <http://copyrightexceptions.eu/#table>
 Licencia: CC0 1.0 Universal (CC0 1.0)
 Public Domain Dedication



2. Situación actual en el mundo digital





Proceso de puesta a disposición en línea incluye las siguientes fases:

Digitalización (en su caso)
Almacenamiento/grabación/en el servidor
Transmisión desde el servidor al dispositivo del usuario
Acceso a la obra por el usuario con descarga (downloading) o sin descarga
(browsing/streaming).

Derechos de explotación afectados:

Reproducción y Comunicación pública. El caso de la transformación.
Ampliación del derecho de reproducción y de c.pública
Crisis de la distinción uso y explotación
(uso=reproducción= explotación)

Conclusión: sólo contenido propio, **límite legal**, dominio público, licencia o autorización

¿Cómo se legalizan los actuales usos?





Usos comunes no previstos

Se trata de una serie de usos que están socialmente aceptados o, al menos, existe la creencia de que no constituyen infracción al derecho de autor, aunque formalmente lo sean:

- Usos particular en redes sociales e internet.
- Uso amparándose en la cita, sin adaptarse a requisitos.
- Usos amparándose en el “homenaje”: fenómeno “*Fan-trailer*”
- Usos amparándose en falta de ánimo lucro o simple entretenimiento.
- Usos amparándose en la incorporación de creaciones propias.



Fenómeno “Fan-trailer”

www.startrek.com/fan-films

STAR TREK DISCOVERY

News Watch Database Games Events Shop

Fan Films

CBS and Paramount Pictures are big believers in reasonable fan fiction and fan creativity, and, in particular, want amateur fan filmmakers to showcase their passion for *Star Trek*. Therefore, CBS and Paramount Pictures will not object to, or take legal action against, *Star Trek* fan productions that are non-professional and amateur and meet the following guidelines.

Guidelines for Avoiding Objections:

1. The fan production must be less than 15 minutes for a single self-contained story, or no more than 2 segments, episodes or parts, not to exceed 30 minutes total, with no additional seasons, episodes, parts, sequels or remakes.
2. The title of the fan production or any parts cannot include the name “*Star Trek*.” However, the title must contain a subtitle with the phrase: “A *STAR TREK* FAN PRODUCTION” in plain typeface. The fan production cannot use the term “official” in either its title or subtitle or in any marketing, promotions or social media for the fan production.
3. The content in the fan production must be original, not reproductions, recreations or clips from any *Star Trek* production. If non-*Star Trek* third party content is used, all necessary permissions for any third party content should be obtained in writing.
4. If the fan production uses commercially available *Star Trek* uniforms, accessories, toys and props, these items must be

I AM A VIMEO FILMMAKER

“Vimeo is part of the filmmaking process.”

Janssen Powers, uploading since 2011

Join now

vimeo

Activar Windows

CBS and Paramount Pictures reserve the right to revise, revoke and/or withdraw these guidelines at any time in their own discretion. These guidelines are not a license and do not constitute approval or authorization of any fan productions

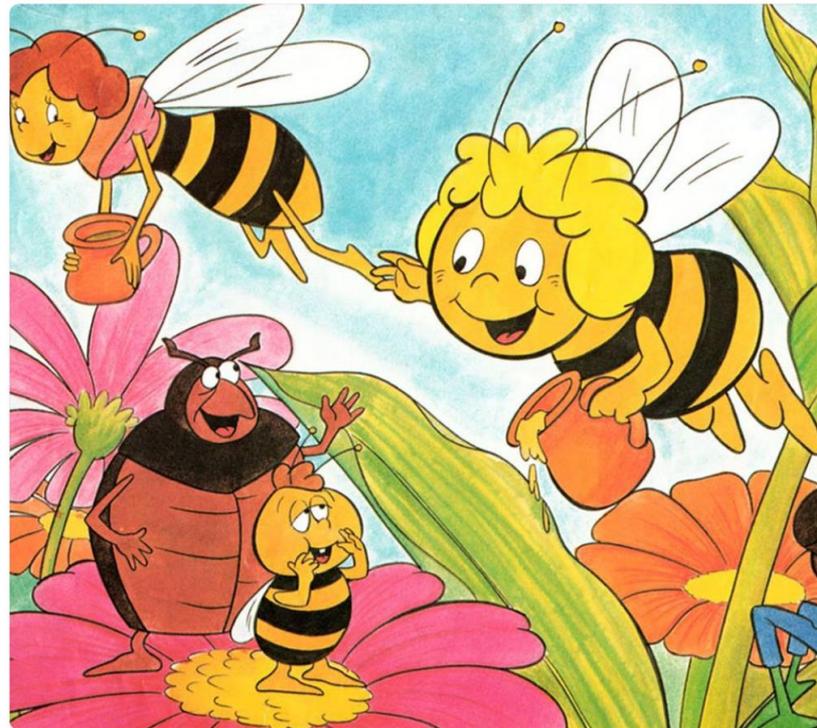


Yo fuí a EGB

@YofuiaEGB



Hola amigos, hoy vamos a tener un día multicolor, [#FelizMartes](#)



000 14 17

Responder a Yo fuí a EGB





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

La Guardia Civil nos roba un poco (y luego se disculpa otro poco)

Fuente: <http://www.kukuxumus.com/es/blog/2015/11/17/la-guardia-civil-nos-roba-un-poco/#sthash.Ty6dzI1U.dpuf>

Inicio Sobre nosotros

Buscar en Twitter

¿Tienes cuenta? Iniciar sesión

GUARDIA CIVIL

14.4 K TWEETS 155 SIGUENDO 436 K SEGUIDORES 327 ME GUSTA 2 LISTAS

Seguir

Guardia Civil @guardiacivil
Canal Oficial de la Guardia Civil
España
guardiacivil.es
Se unió en mayo de 2011
8.445 fotos y videos

Tweets Tweets y respuestas Fotos y videos

Guardia Civil @guardiacivil · 54 min
Se acercan fechas importantes para hacer un regalo y la red es buena opción, pero cuidado con...

42 42

Guardia Civil @guardiacivil · 1 h

¿Eres nuevo en Twitter?
¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!

Regístrate

También te puede gustar · Actualizar

- Ministerio Interior @interiorgob
- GDT Guardia Civil @GDTGuardiaCivil
- Policia Nacional @policia
- Antena3Noticias @A3Noticias
- Casa de S.M. el Rey





3. TENDENCIAS ACTUALES

**LA EFICACIA DEL MODELO HA QUEBRADO A CONSECUENCIAS DE LOS NUEVOS USOS
DEMANDADOS POR EL ENTORNO DIGITAL.**



SE HAN GENERADO:
1.- SOLUCIONES JUDICIALES
2.- SOLUCIONES IDEADAS POR USUARIOS



CONCIENCIACIÓN NECESIDAD DE REFORMA LEGAL DEL SISTEMA





Uso inocuo

Sentencia TS 3 abril 2012, legalidad del “caching” de Google

Ante la imposibilidad de legitimar la copia caché de Google dentro de los límites, se “reinterpreta” la regla de los tres pasos en sentido positivo como una manifestación del uso inocuo y prohibición del abuso de derecho (art. 7 Código Civil).





Concepto de distribución

¿El límite del préstamo público en bibliotecas (distribución) incluye también al préstamo online (comunicación pública)?

STJUE 10 nov 2016, Vereniging Openbare Bibliotheken

→ el préstamo online está incluido dentro del “préstamo general” (por tanto distribución), de manera que considera que le resulta también de aplicación la excepción de préstamo público sin necesidad de autorización (sin perjuicio del pago remuneratorio).

El titular de los derechos de propiedad intelectual no puede oponerse al préstamo público online de sus obras adquiridas desde fuente legal por bibliotecas.





Concepto de comunicación pública y enlaces

SSTJUE de 13 febrero 2014 (asunto Svensson) y 21 octubre 2014 (Bestwater) Matizadas por STJUE 8 de septiembre de 2016 (asunto GSMedia), de 26 de abril de 2017 (asunto Stichting Brein), de 14 de junio de 2017 (asunto Pirate Bay).

→ Dar acceso mediante enlaces al mismo público que puede acceder directamente a la fuente originaria no supone un acto de comunicación pública de los previstos en la Directiva que precisen autorización.

El titular de los derechos no puede oponerse a los enlaces que no den acceso a un público nuevo o distinto al que ya se tuvo en consideración inicialmente.





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid



1. **Origen.** Free Software Foundation-Richard Stallman

2. **Concepto :** autorización o cesión de derechos sobre una obra que el titular otorga a un tercero y que refleja las condiciones en que le habilita a realizar el uso de la obra.

3.. **Licencia libre:** usar, reproducir, distribuir, comunicar y transformar la obra, creando una nueva.

Licencia copyleft: obliga al beneficiario de la licencia a “licenciar” la obra transformada en las mismas condiciones que él la adquirió (no permite añadir restricciones).

4. **Ejemplo:** licencias Creative Commons

5. **Iniciativa *Licences for Europe*:** diálogo promovido por la Comisión con los sectores afectados para estudiar el rol de las licencias como medio útil para la circulación de contenidos digitales.



Reformas legislativas con incidencia en los límites

- Reglamento 2017/1128, del PE y Consejo, de 14 de junio de 2017, relativo a la **portabilidad transfronteriza** de los servicios de contenidos en línea en el mercado interior (aplicable a partir 20/3/2018).

- Propuesta Reglamento sobre transmisiones en línea de los organismos de radiodifusión

Tratado Marrakech OMPI 2013

En favor de personas ciegas, con discapacidad visual o con otras dificultades para acceder al texto impreso:

- 1) **Propuesta Directiva** sobre determinados usos permitidos de obras y otras prestaciones protegidas
- 2) **Propuesta Reglamento** sobre el intercambio transfronterizo entre la Unión y terceros países de ejemplares en formato accesible de determinadas obras y otras prestaciones protegidas

- Propuesta de Directiva Derechos de autor en el Mercado Único Digital

Título II **“Medidas para adaptar las excepciones y limitaciones al entorno digital y transfronterizo”**



Propuesta de Directiva Derechos de autor en el MUD: Título II “**Medidas para adaptar las excepciones y limitaciones al entorno digital y transfronterizo**”,

Tres nuevos límites obligatorios.

• **Art. 3 “Minería de textos y datos”**: permite la reproducción y extracción por organismos de investigación para actividad de t&dm.

• **Art. 4 Ilustración de la enseñanza para usos digitales**:

-Amplía la forma acceso: permite el acceso online desde cualquier lugar (solo alumnos y personal docente).

-Amplía el lugar de acceso: permite acceso transfronterizo.

Pero...:

-Posible exigencia de compensación económica

-Permite que no se aplique a determinados tipos de obras, en la medida en que estén fácilmente disponibles en el mercado de licencias.

• **Art. 5 Conservación patrimonio cultural**. Permite reproducción de obras por instituciones culturales con fines de conservación, en cualquier formato y soporte.





CONCLUSIÓN

REFORMA LEGAL ES INSUFICIENTE



LA CONFIGURACIÓN DE LOS NUEVOS LÍMITES ES ESTRECHA



**DEJA DE LADO ARMONIZACIÓN DE
IMPORTANTES LÍMITES:
LIBERTAD PANORAMA, COPIA PRIVADA...**



**TENIENDO EN CUENTA EL ENTORNO DIGITAL, EL SISTEMA DE LISTA CERRADA SEGUIRÁ
PLANTEANDO MISMOS PROBLEMAS**





•BIBLIOGRAFÍA

- IRIS Plus 2017-1: *Exceptions and limitations to copyright-European Audiovisual Observatory*. Disponible: <http://www.obs.coe.int/en/legal/copyright>
- <http://copyrightexceptions.eu>
- El caso Google Books y la utilidad del copyright. Enrique Dans. Disponible: <https://www.enriquedans.com/2015/10/el-caso-google-books-y-la-utilidad-del-copyright.html>
- *Fair use, ius usus inocui y otras limitaciones atípicas en los derechos de marcas y propiedad intelectual*. Ignacio Garrote Fernández-Díez.
- Comunicaciones, Directivas y propuestas de la EU en la materia





Registro Territorial de la
Propiedad Intelectual
Comunidad de Madrid

REGISTRO TERRITORIAL DEL PROPIEDAD INTELECTUAL COMUNIDAD DE MADRID

C/ SANTA CATALINA N° 6 (Barrio de Las Letras)
28014-MADRID

E-MAIL: propiedad.intelecual@madrid.org

Horario atención al público: de lunes a viernes a 9.00 a 14.00
Teléfono: 91- 720 82 43



EL DISEÑO INDUSTRIAL

I.- Consideraciones previas

Como es sabido, en los países con mercados “maduros”, esto es, en los que existe una oferta amplia y variada de cada uno de los productos que han sido lanzados al mercado, la denominada “Estética Industrial” –o, lo que es lo mismo, el conjunto de creaciones de carácter estético que se plasman en la forma visible de los productos- ha alcanzado un extraordinario desarrollo en los últimos tiempos. La razón de ello es el valor, cada vez más creciente, que tiene el diseño como instrumento competitivo de primer orden. En efecto, cuando en el mercado se ofrecen al mismo tiempo varios productos que tienen la misma finalidad, una calidad parecida y un precio similar, el diseño se convierte en una de las armas principales para influir en la decisión de compra del consumidor: ante productos prácticamente iguales, el consumidor opta por el que le resulta más atractivo. Y lo mismo sucede incluso cuando hay productos similares con precios diferentes, por ejemplo, porque algunos de ellos tienen menores costes de fabricación. En estos casos, se actúa también sobre la forma de los productos más caros para hacerlos más deseables por el consumidor, de suerte que éste, ante productos con precios distintos, no se incline por el más barato, sino por aquél que le resulte estéticamente más atractivo. En tales supuestos, en muchas ocasiones, es el diseño, y no el menor precio, el que determina el éxito comercial de los productos. Como se dice en el “Libro Verde sobre la Protección Jurídica del Diseño Industrial”, elaborado por la Comisión de las

Comunidades Europeas en junio de 1.991, (p. 58) *“el hecho de que, según una afirmación de aceptación general, las mejoras funcionales casi siempre llevan aparejada una plusvalía estética se traduce en un incremento del valor económico de la forma y ofrece al fabricante de (sic) nuevos argumentos publicitarios que van dirigidos a la sensibilidad estética del consumidor”*. Y un poco más adelante concluye: *“el diseño industrial se ha erigido en uno de los instrumentos más eficaces para la comercialización de productos industriales”*.

Lógicamente, la actividad de “diseñar” la forma de los productos requiere un cierto grado de preparación profesional, así como fuertes inversiones tanto en medios humanos como materiales. Razón por la cual se comprende que exista en el Ordenamiento Jurídico un derecho que protege el “diseño” y, por ende, las cuantiosas inversiones que éste conlleva. Tal derecho es el “diseño industrial” o, según la terminología clásica, los “dibujos y modelos industriales”. Como se dice en el citado Libro Verde (p. 15), la protección jurídica del diseño responde, de un lado, al deseo de fomentar las inversiones en la creación de diseños como factor de política industrial y, de otro, a la necesidad de proteger la creatividad de los autores en el campo del diseño industrial.

Centrándonos en el régimen jurídico del diseño, no es exagerado afirmar que estamos ante la figura más compleja de todas las que integran el Derecho Industrial. Porque se trata de un derecho que recae sobre una creación que, en función de las cualidades que reúna, puede ser protegida también por la Propiedad Intelectual, por

otras modalidades de la Propiedad Industrial distintas del propio diseño y por la Competencia Desleal. Esta naturaleza híbrida de la figura, que está a horcajadas de la propiedad industrial y la propiedad intelectual, ha provocado dos tendencias contrapuestas, una que trata de aproximar su regulación a la Propiedad Intelectual, y otra que trata de hacerlo a la Propiedad Industrial y, dentro de ésta, al Derecho de Patentes.

La consecuencia de todo lo anterior es que existen importantes diferencias entre los Estados miembros de la Unión Europea respecto del régimen jurídico de esta figura, lo cual, como es fácil de imaginar, afecta al establecimiento y al funcionamiento del mercado interior de las mercancías que incorporan estas creaciones. Por esta razón, y sobre la base de los trabajos realizados por los sectores interesados a partir del citado Libro Verde, la Comisión presentó al Consejo y al Parlamento Europeo en enero de 1.994 dos Propuestas de textos comunitarios; una, de Reglamento sobre el Diseño Comunitario y la otra, de Directiva relativa a la protección jurídica de los diseños. Tras una serie de vicisitudes, que no es el momento de recordar pero que han tenido que ver con las piezas de reparación de los automóviles, por fin ha visto la luz ambos textos. El primero fue la Directiva 98/71/CE del Parlamento y del Consejo de 13 de octubre de 1.998 sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos, que ha sido publicada en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 28 de octubre de 1.998. Y más tarde, el Reglamento (CE) nº 6/2002 del Consejo de 12 de diciembre de 2001 sobre dibujos y modelos comunitarios,

que ha sido publicado en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 5 de enero de 2.002.

El artículo 19 de la Directiva obliga a los Estados miembros a trasponerla a sus ordenamientos nacionales antes del 28 de octubre del 2.001. En cumplimiento de tal obligación, aunque con cierto retraso, nuestro Gobierno promulgó la Ley 20/2003, de 7 de julio, que supone la culminación del proceso de reforma del Derecho Industrial español que comenzó con la Ley de Patentes de 20 de marzo de 1.986.

A partir de ahora, el “pariente pobre” del Derecho Industrial tiene, por fin, una regulación nueva, y, en gran medida, una regulación “moderna”. Y ello porque se puede afirmar que, en términos generales, sus normas captan la realidad del momento presente y poseen la suficiente flexibilidad como para proyectarse sobre la que se intuye como próxima realidad. Como dice la Exposición de Motivos de la nueva Ley **“La presente ley responde pues a una necesidad largamente sentida y tiene un doble objetivo: incorporar a nuestro Derecho interno la norma comunitaria de obligada transposición y adecuar la protección de la propiedad industrial del diseño a las necesidades actuales”**.

Por otra parte, al adaptar los demás Estados miembros de la Unión Europea sus legislaciones nacionales a la mencionada Directiva, se ha producido la tan deseada armonización de las legislaciones de los países de la Unión Europea en una materia tan divergente como la del “diseño industrial”. Lo cual va a incidir favorablemente en el

funcionamiento del mercado interior de la Unión Europea relativo a las mercancías que incorporen diseños.

1.- El concepto de diseño en la Ley 20/2003

La citada Ley española 20/2003, en lugar de formular el concepto de la figura a través de una definición unitaria, ofrece, en el apartado 2 de su artículo 1, tres conceptos diferentes: el de "diseño" en la letra a), el de "producto" en la letra b) y el de "producto complejo" en la letra c). Ahora bien, de estos tres conceptos el que fija, en rigor, las rasgos conceptuales de esta modalidad de la propiedad industrial es el contenido en la letra a). Las otras dos definiciones, más que a ofrecer los rasgos conceptuales del diseño, tienen por objeto contener determinadas previsiones sobre los soportes sensibles a los que puede incorporarse el diseño.

1.1.- Rasgos conceptuales del "diseño".

La letra a) del apartado 2 del artículo 1, dispone que, a los efectos de esta Ley, se entenderá por: **"a) Diseño: la apariencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación"**.

La lectura detenida de esta norma permite realizar las siguientes consideraciones:

1ª.- Se concibe acertadamente el diseño como un bien inmaterial, al establecer que el diseño es “la apariencia” de un producto o de una parte del mismo y no el producto en sí. Por lo tanto, el diseño no es solo la creación inmaterial o “corpus mysticum” en que consiste la apariencia particular del producto, sino también el soporte sensible o “corpus mechanicum”, que es el producto o una parte del mismo.

2ª.- La Ley española utiliza la palabra **apariciencia** como expresión fundamental para definir el diseño. Esta palabra significa “**aspecto exterior de una cosa**”, por lo cual presupone la nota conceptual de la “**visibilidad**”. En efecto, la palabra “aspecto” alude a la una cualidad de las cosas que es percibida por “**la vista**”. Lo cual significa que si el diseño se materializa en un objeto o en una parte del mismo que no es visible durante el uso normal del mismo no será conceptualmente un “diseño” protegible.

3ª.- La norma indica expresamente de dónde puede resultar la apariencia protegible, al mencionar **líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales, bien del producto en sí, bien de su ornamentación**. Esta enumeración tiene carácter enunciativo y no limitativo, como pone de relieve el empleo de la expresión “en particular”. Lo cual permite afirmar que la característica de la apariencia protegible como diseño podría, en principio, **derivarse de otros elementos** del producto o de su ornamentación, como, por ejemplo, el **brillo u otros efectos de luz**, que no están expresamente mencionados en la definición legal. Otra precisión que debe efectuarse es que, aunque no lo digan expresamente

dicha norma, un diseño puede consistir en **características resultantes de varios de estos elementos a la vez.**

4ª.- La Ley española nada dice sobre si el diseño puede consistir en la apariencia de un producto o de una parte del mismo **que se manifiesta solo en una posición dinámica.** En mi opinión, el silencio de la Ley se sobre este punto permite afirmar que **se puede proteger como diseño la apariencia de un objeto tanto en su posición estática como en movimiento.**

5ª.- La nota de la “visibilidad” es tan esencial que no puede faltar en ningún caso. Ha de cumplirse incluso en el supuesto de que el diseño carezca de soporte material: cuando un diseño se haga sensible a través de medios “virtuales”, aunque carezca de soporte físico, tiene que ser necesariamente visible. Sin “visibilidad” no hay diseño protegible, aunque la característica esencial de un diseño pueda residir en elementos difícilmente apreciables por la vista, como puede ser la “flexibilidad”.

6ª.- Aclarado el sentido del concepto legal de “diseño”, cabe preguntarse si es **acertada la expresión "aparencia"** que se utiliza para definir el diseño. El Libro Verde sobre la Protección Jurídica del Diseño, elaborado por la Comisión Europea en junio de 1.991, justifica la elección de esta palabra señalando que se ha escogido la palabra “aparencia” porque es el *“concepto más amplio posible que puede aplicarse sin recurrir a términos jurídicos que, con frecuencia, difieren en cuanto a significado y alcance entre los diversos ordenamientos jurídicos e incluso idiomas”*.

En mi opinión, la palabra “apariencia” no es la más acertada para captar la esencia del diseño. Considero que justamente su propia amplitud la convierte en una expresión **imprecisa y poco expresiva**. Es **imprecisa** porque no capta con exactitud aquello en lo que puede constituir un diseño industrial. Si éste puede consistir en la apariencia derivada de una característica del material del producto, como por ejemplo su “flexibilidad” -cualidad que consiste en la facilidad para doblarse-, parece que en estos casos estamos ante algo más que el simple aspecto exterior de éste. Además, centrar toda la esencia del diseño simplemente en el aspecto exterior de un producto, significa **no resaltar convenientemente que el diseño es el resultado de un acto de creación**. La apariencia o aspecto exterior de un producto puede ser, en algunas ocasiones, el resultado, no de un acto de creación, sino algo que puede derivarse del propio producto. Así, puede suceder que los colores y las líneas características de la ornamentación de un producto se deriven directamente del material mismo del que se compone dicho producto, sin que en tal caso pueda apreciarse en donde reside el acto creador de "conformación" del producto. Por otro lado, la expresión elegida parece también **poco expresiva**, ya que cuando el diseño supone una conformación de la materia que implica un perfeccionamiento funcional del objeto -sin que se origine una forma técnicamente necesaria-, parece que estamos ante algo más que el simple aspecto exterior del objeto. En este caso, el funcionamiento perfeccionado del objeto, que es en lo que consiste el diseño, no es sólo la apariencia o aspecto visible del objeto, sino

también la mejora en la ejecución de las funciones que lleva a cabo el producto en el que se plasma el diseño.

Por lo que antecede, hubiera sido mucho más acertado, en mi opinión, que el Legislador hubiese utilizado la expresión del Proyecto que elaboró el Max-Planck-Institut de Munich, que hablaba de "la forma aparente y perceptible del producto". Y ello porque la palabra "forma" tiene dos significados en el Diccionario de la Lengua Española especialmente aptos para fijar con exactitud, claridad y precisión la naturaleza del diseño. El primer significado es "*figura o determinación exterior de la materia*" y el segundo "*disposición o expresión de una potencialidad o facultad de las cosas*". El simple enunciado de estos dos significados permite advertir de inmediato que la palabra "forma" es apta para describir la esencia del diseño.

7ª.- Otro de los puntos que debe ser examinado para completar el análisis de los rasgos conceptuales del diseño como bien inmaterial, es el rasgo del "**carácter estético**", que tradicionalmente se exigía a esta figura. El Legislador español no exige que los diseños tengan carácter estético en el sentido de que hayan de ser necesariamente "apariencias bellas" de los objetos. Para estas normas el diseño consiste en la apariencia de un producto estéticamente atractiva para el consumidor, bien por ser ornamental, bien por ser funcional pero no técnicamente necesaria, o bien por ser ambas cosas a la vez. En este sentido, se puede afirmar que la Ley española sigue el mismo criterio que el Libro Verde, en el cual se destaca como una de sus principales conclusiones que "*el objetivo es proteger los*

diseños, definidos como las características bidimensionales o tridimensionales de la apariencia de un producto que pueden ser percibidas por los sentidos humanos". Y se añade "no se aplica ningún otro criterio estético, pero se exige que la apariencia no obedezca únicamente al dictado de la función técnica del producto". El diseño no tiene, pues, que ser bello, pero ha de ser necesariamente estético, es decir, que influya en el sentido de la forma del ser humano.

1.2.- Los soportes materiales en los que puede plasmarse el diseño.

Movido por el deseo de precisar a qué soportes materiales puede incorporarse el diseño, el Legislador español ofrece en las letras b) y c) del apartado 2 del artículo 1 las definiciones de dos soportes materiales: el "producto" y el "producto complejo". Para completar los soportes físicos en los que puede plasmarse la entidad inmaterial, en el apartado 3 del artículo 11 el Legislador alude a un nuevo soporte: las interconexiones de los productos modulares.

a).- La letra b) del apartado 2 del artículo 1 de la nueva Ley define la palabra "producto" como: **"Todo artículo industrial o artesanal, incluidas, entre otras cosas, las piezas destinadas a su montaje en un producto complejo, el embalaje, la presentación, los símbolos gráficos y los caracteres tipográficos, con exclusión de los programas informáticos".**

El producto puede ser un artículo industrial o artesanal. En el primer caso, el soporte en el que se plasma el diseño es una mercancía o cosa con la que se comercia (este es la 5ª acepción gramatical de la palabra “artículo”) producida industrialmente o en serie, lo cual implica que sean exactos entre sí todos y cada uno de los ejemplares múltiples del producto. En este caso, el diseño y el producto en el que éste se incorpora cumplen con una exigencia estricta de repetibilidad. Por el contrario, cuando el soporte material es un artículo artesanal, los ejemplares múltiples, aunque no son exactamente iguales, presentan una apariencia casi idéntica en la que existen mínimas variaciones irrelevantes. En tal hipótesis, no se cumple la exigencia de la estricta “repetibilidad”, sin que ello sea un obstáculo para que la apariencia del artículo artesanal sea un verdadero diseño protegido por la Ley.

La letra b) del apartado 2 del artículo 1 contiene también una **enumeración** simplemente enunciativa de los "artículos" industriales o artesanales en los que puede materializarse el diseño y efectúa una **exclusión**, referida a los “programas informáticos”, de la que hablaré más adelante. En cuanto a los "artículos" industriales o artesanales mencionados a título de ejemplo, cabe señalar, en primer lugar, que **no se trata, en rigor, de enumerar algunos de los artículos a los que más frecuentemente se incorporan diseños, sino justamente de lo contrario.** Se mencionan de manera expresa algunos soportes materiales que podrían suscitar dudas sobre su idoneidad para servir de “*corpus mechanicum*”, precisamente por tratarse de productos en los que raramente suelen plasmarse los diseños. Así es como hay que interpretar que

el Legislador cite como ejemplos de soportes materiales las piezas destinadas a su montaje en un producto complejo, los embalajes, la presentación de un producto, los símbolos gráficos y los caracteres tipográficos.

b).- Además de definir el "producto", la Ley, en la letra c) del apartado 2 del artículo 1 ofrece el concepto de "producto complejo": **"un producto constituido por múltiples componentes reemplazables que permiten desmontar y volver a montar el producto"**. De acuerdo con esta disposición, el diseño puede plasmarse también en un producto "complejo". Si se sustituye la expresión "producto" por el significado que tiene esta palabra en la letra b) de ese mismo apartado, resulta que **un producto complejo es un artículo industrial o artesanal, constituido por múltiples componentes que presentan las características de que son armables, desmontables y reemplazables**. La definición legal de "producto complejo" presupone la concurrencia de estas tres características. Tal y como se expresa la Ley, hay que entender que estamos ante tres características que han de concurrir de manera simultánea en el correspondiente producto. De tal suerte que la falta de alguna de ellas significa que no se estarían ante un "producto complejo" en el sentido de la Ley del Diseño.

1.3.- Delimitación del diseño ordinario frente al diseño artístico.

Hasta aquí se ha analizado el concepto legal de diseño, pero para tener una idea acabada de la figura es preciso completar lo anterior

con una importante delimitación. En efecto, hay que deslindar el diseño propiamente dicho de la “obra de arte aplicado a la industria”, con lo que se trazan los límites entre la creación protegible exclusivamente como “diseño” y la obra protegible además por la propiedad intelectual. Es decir, se delimita el “diseño” frente a la obra que ya entra en la Propiedad Intelectual.

Aunque, en rigor, la Ley española de Diseño tiene por objeto regular la figura del “diseño industrial”, contiene, sin embargo, una referencia expresa a un tipo de creación, que, además de ser protegible como diseño, puede beneficiarse también de la protección de la propiedad intelectual. A esta creación se refiere la mencionada Disposición Adicional Décima de la Ley española con la denominación de “obra artística”, conocida también con el nombre de “obra de arte aplicado a la industria”. La importancia de deslindar esta figura respecto del diseño en sentido estricto es evidente, ya que el diseño propiamente dicho sólo puede ser protegido por la propiedad industrial, mientras que la obra artística aplicada a la industria puede recibir la doble protección de la Ley del Diseño y de la ley de propiedad intelectual. En efecto, como dispone el artículo 10.1 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprobó el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (en adelante TRLPI), **“son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro, comprendiéndose entre ellas;... e) Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas**

gráficas, tebeos o comics, así como sus ensayos y bocetos y las demás obras plásticas, sean o no aplicadas".

Según la doctrina más autorizada, existen dos criterios diferentes para delimitar el diseño propiamente dicho y la obra de arte aplicado: los cualitativos y los cuantitativos. Los primeros se basan, fundamentalmente, en que entre el diseño y la obra de arte aplicado existe una diferencia en cuanto a su naturaleza, que se manifiesta, según sus partidarios, en un doble sentido. De una parte, en que mientras las obras de arte aplicado poseen un carácter representativo con independencia de su soporte material, los diseños carecen de este carácter cuando se prescinde del producto en el que se han plasmado. Y, de otra parte, en que la explotación industrial tiene distinto significado en ambos tipos de creación. Así, en el diseño, el original y las reproducciones tiene el mismo valor, mientras que en la obra de arte aplicado el original tiene mucho más valor que las reproducciones.

Por su parte, los criterios cuantitativos se basan en que entre el diseño y la obra de arte aplicado no existe diferencia alguna en cuanto a su naturaleza, sino sólo respecto de su distinto grado de nivel artístico. Los partidarios de estos criterios sostienen que el diseño carece de un rasgo característico que va implícito en la noción de obra de arte aplicado, a saber: el nivel artístico o altura de configuración. O dicho de otro modo, solo alcanza el grado de obra de arte aplicado la apariencia de un producto o de una parte del mismo que posee un elevado nivel artístico.

La Ley española, con indudable acierto, se inclina por el criterio cuantitativo del “**nivel artístico**” al señalar en la citada Disposición Adicional Décima que “**la protección que se reconoce en esta Ley al diseño industrial será independiente, acumulable y compatible con la que pueda corresponderle en virtud de la propiedad intelectual cuando el diseño de que se trate presente en sí mismo el grado de creatividad y de originalidad necesario para ser protegido como obra artística según las normas que regulan la propiedad intelectual**”. En efecto, de esta Disposición Adicional Décima se desprende que para una creación protegible como diseño industrial pueda acceder, además, a la protección de la propiedad intelectual ha de presentar el “**grado de creatividad y de originalidad necesario para ser protegido como obra artística según las normas que regulan la propiedad intelectual**”.

Así pues, en la Ley española, el diseño se delimita frente a la obra de arte aplicado sobre la base de un criterio de tipo cuantitativo referido a la creatividad y originalidad. El diseño propiamente dicho debe ser resultado de la actividad humana y fruto de un acto de creación, sin que se exija un nivel mínimo determinado de creatividad. Como dice la Exposición de Motivos de la Ley “*el diseño se concibe como un tipo de innovación formal referido a las características de apariencia del producto en sí o de su ornamentación*”, señalando expresamente que se prescinde de “*su nivel estético o artístico y de su originalidad*”. En cambio, para que exista una obra de arte aplicado es preciso que la creación presente, al menos, el grado de creatividad y originalidad propio de

las obras artísticas de la propiedad intelectual. Así se dice también en la Exposición de Motivos: *“Ello no impide que el diseño original o especialmente creativo pueda acogerse además a la tutela que le brinda la propiedad intelectual”*.

1.4.- La delimitación entre el diseño y el modelo de utilidad

Para finalizar este apartado, y una vez que ya conocemos los rasgos básicos de la protección de los diseños y la de los modelos de utilidad, es preciso delimitar ambas figuras.

La nueva Ley española concibe el diseño como la apariencia meramente ornamental o funcional o, simultáneamente, ornamental y funcional, de un producto o de una parte del mismo. Así se dice en la exposición de Motivos de la Ley al señalar que *“Se registran tanto los diseños meramente ornamentales como los funcionales...”* y que *“... la referencia al grado de libertad del diseñador no implica necesariamente que la extensión de la protección sea inversamente proporcional a la funcionalidad del diseño, ya que un diseño puede ser altamente creativo y funcional a la vez”*.

La delimitación entre el diseño y el modelo de utilidad no plantea problemas cuando el diseño consiste exclusivamente en la apariencia ornamental de un producto o de una parte del mismo. En este caso, es claro que la creación no puede protegerse como modelo de utilidad. En efecto, la letra b) del apartado 4 del artículo 4 de la Ley 11/1986, de 20 de marzo, de Patentes, dispone que las

creaciones estéticas no se consideran invenciones. El artículo 143 de esta misma Ley considera el modelo de utilidad como una invención, por lo cual en virtud de la remisión que efectúa el artículo 154 a las disposiciones sobre patentes, hay que entender que las creaciones puramente estéticas, incluidas las apariencias exclusivamente ornamentales de un producto, no son invenciones protegibles como modelos de utilidad. Desde la óptica del Derecho de patentes, no cabe duda de que la apariencia puramente ornamental de un producto o de una parte del mismo, no puede ser protegida como modelo de utilidad.

Los problemas se plantean cuando el diseño es la apariencia funcional de un producto o, a la vez, la apariencia ornamental y funcional. En este caso, ya no se está ante creaciones puramente estéticas, sino ante formas funcionales. Por lo cual, hay que determinar si dicha creación de forma ha de protegerse como diseño o, por el contrario, como modelo de utilidad.

Pues bien, así como la Ley de Patentes resuelve expresamente la cuestión respecto de las creaciones puramente ornamentales, de la misma manera es la Ley del Diseño la que soluciona la cuestión de las apariencias funcionales. A tal efecto, destina el apartado 1 del artículo 11, a cuyo tenor: **“El registro del diseño no conferirá derecho alguno sobre las características de apariencia del producto que estén dictadas exclusivamente por su función técnica”**. En este precepto, se efectúa una exclusión del ámbito del diseño respecto de *las características de apariencia del producto que estén dictadas exclusivamente por su función técnica*. Lo cual

significa que en ningún caso pueden recibir la protección del diseño las características de apariencia de un producto dictadas exclusivamente por su función técnica o, lo que es lo mismo, las características de forma de un producto que sean técnicamente necesarias. Pero de este precepto se desprende algo más, a saber: que el diseño puede proteger las características de apariencia de un producto que no estén dictadas exclusivamente por su función técnica, también llamadas “formas técnicamente no necesarias”.

Llegados a este punto, sabemos que los elementos puramente ornamentales no pueden protegerse como modelos de utilidad, porque carecen de la condición necesaria para acceder a esta protección que es ser “una invención”. Por lo tanto, tales elementos solo pueden protegerse como diseño. Sabemos también que las formas técnicamente necesarias no pueden protegerse como diseño, porque son “conceptualmente” una invención y, por lo tanto, han de protegerse, en su caso, como modelos de utilidad. Y sabemos finalmente que las características de apariencia funcionales, pero técnicamente no necesarias, pueden ser protegidas como diseño.

Así las cosas, queda por determinar cuándo se está ante una apariencia de forma “técnicamente necesaria”, ya que ésta es la única que no puede ser protegida como diseño y la que puede originar, en su caso, un modelo de utilidad. Pues bien, la Ley española opta acertadamente por la nota de la “separabilidad”. En este sentido, dice la Exposición de Motivos que *“La separabilidad de la forma y la función es lo que permite que la forma externa de un*

producto utilitario pueda ser protegida como diseño, cuando las características de apariencia revisten además novedad y singularidad". No resulta en verdad nada fácil establecer cuándo la forma de un objeto es separable o no del efecto técnico producido por dicha forma. Según la doctrina más autorizada dos son los principales criterios que se pueden utilizar para determinar la separabilidad entre la forma y la función, a saber:

- a) **el criterio de la multiplicidad de las formas.** Según este criterio, existe una disociación (separabilidad) entre la forma del objeto y el resultado industrial, si un objeto puede adoptar múltiples formas sin dejar de producir por ello el mismo resultado técnico. En otras palabras, cuando es posible obtener el mismo resultado utilizando diversas formas, estas formas son independientes -es decir, separables- del resultado técnico alcanzado.

- b) **El criterio de la incidencia de la variación de la forma de un objeto sobre el resultado por éste producido.** Según este criterio, una forma ha sido concebida en razón de su carácter utilitario y es inseparable, cuando modificando la forma se cambia el resultado producido por la misma. En cambio, una forma es separable del efecto técnico producido por la misma, si al variar esta forma no se modifica la función que cumple el correspondiente objeto. Existirá, pues, separabilidad entre la forma y el resultado técnico cuando variando la forma permanece inalterable el resultado técnico producido.

2.- Sistema de protección

Esta es una de las cuestiones más debatidas del Derecho de Diseños y en la misma se vuelve a plantear el problema de la naturaleza de la figura. En principio, cabe distinguir entre tres tipos de creaciones:

- **Las obras plásticas puramente artísticas.** Esto es: obras de arte destinadas a la contemplación, reproducidas en un único ejemplar o en ejemplares limitados y cuya finalidad última es aumentar los bienes de tipo cultural de la sociedad.

- **Las obras de arte aplicado a la industria.** Esto es: obras de arte, de la misma naturaleza que las anteriores, pero que presentan la singularidad de que son destinadas a incorporarse en múltiples objetos industriales o artesanales con el fin de aumentar su valor estético.

- **Los diseños,** propiamente dichos, que son creaciones de forma de carácter estético que hacen los productos más atractivos para el consumidor, pero que carecen del nivel artístico propio de los otros dos tipos de obras.

Pues bien, para proteger estos tres clases de creaciones se han ideado tres sistemas diferentes, a saber: el de la acumulación absoluta, el de la acumulación restringida y el de la no acumulación.

De ellos, el de la no acumulación ha sido prohibido por la Directiva Comunitaria, por lo que no vamos a analizarlo.

a).- El sistema de la acumulación absoluta

Este sistema es el que está vigente en el Derecho francés y se basa en la “teoría de la unidad del arte” que puede formularse así: ante la imposibilidad de encontrar un criterio que permita distinguir cuando una creación es una obra de arte y cuando no lo es, se proclama que “el arte es uno y todo es arte”. Por lo cual, toda creación de forma está protegida por la propiedad intelectual por el solo hecho de su creación. Si, además, su titular solicita el registro como dibujo o modelo industrial, entonces ese diseño recibe la doble protección de la propiedad intelectual y de la propiedad industrial.

b).- El sistema de la acumulación restringida.

Según este sistema, las obras de arte puro están protegidas por la propiedad intelectual, los diseños por su regulación específica de la propiedad industrial, y la categoría intermedia de las obras de arte aplicadas a la industria, por ambas legislaciones. Lo característico, pues, de este sistema, frente al anterior, es que sólo una categoría de obras, las de arte aplicado a la industria, se benefician de la doble protección, siempre que, claro está, se solicite para la obra de arte aplicado el registro como diseño. A este sistema pertenecen el Derecho alemán y el español.

Antes de pronunciarse a favor de un determinado sistema de protección, creo que hay que reflexionar sobre una serie de cuestiones.

En efecto, a la hora de elegir el sistema de protección hay que efectuar, en primer lugar, una justa y equitativa valoración de los intereses en juego: el interés del creador del diseño, el interés de los consumidores de los productos adornados con los diseños, y el interés económico general. Desde esta perspectiva parece claro que no sería admisible un sistema que protegiese desmesuradamente uno de estos tres intereses en perjuicio de los otros dos.

En segundo lugar, hay que valorar el esfuerzo creador y la relevancia social del resultado del acto creador y comparar estos dos parámetros con los correspondientes del derecho de patentes y del derecho de autor. A mi modo de ver, no parece que el esfuerzo creador del diseñador sea superior, más bien diría lo contrario, que el del inventor o el del autor de una obra de arte puro. Y lo mismo se puede decir de la relevancia social del resultado del acto creador: tampoco parece que, desde el punto de vista social, sea más trascendente “un diseño”, que una “invención” o que una “obra de arte”.

Por último, debe elegirse un sistema que no produzca inseguridad jurídica: ha de tratarse de un sistema que permita que los interesados conozcan con exactitud qué límites pueden traspasar y cuáles no.

Pues bien, teniendo en cuenta todo lo que antecede, creo que no es aconsejable acoger el sistema francés de la acumulación absoluta, por las siguientes razones:

En primer lugar, porque se trata de un sistema que protege desmesuradamente el interés del autor del diseño en sacrificio del interés de los consumidores y del interés económico general. Concederle al autor de cualquier diseño una protección durante toda su vida y una larga etapa años después de su muerte (50, 70, 80 años) implica dejar en vigor un derecho de exclusiva durante un período de tiempo dilatadísimo. Y como toda exclusiva excesivamente duradera puede perjudicar el interés de los consumidores, el interés de los demás competidores y el interés económico general. La segunda razón es que el diseñador obtiene una recompensa que me parece muy excesiva para su esfuerzo creador y la relevancia social del resultado de su acto de creación. La inversión que hay que realizar para obtener nuevos diseños parece que puede recuperarse perfectamente mucho antes de que transcurra la vida del diseñador y el período de años siguientes a su muerte. Y si se compara la relevancia social de las invenciones y las inversiones que hay que realizar para lograr una invención, no parece justo y equitativo que la patente dure 20 años y el Diseño Industrial pueda ser protegido durante toda la vida del autor y, por ejemplo, como sucede en el derecho español hasta 70 años después de su muerte. Y no creo que sirva de argumento contrario el ejemplo del derecho de autor, porque en el diseño nos movemos en el mundo de los productos industriales y no en el mundo de los

bienes culturales, que suelen consistir en creaciones que se plasman en un único objeto o en objetos limitados. Finalmente, creo que el sistema de la acumulación absoluta produce una extraordinaria inseguridad jurídica para los competidores, los cuales no pueden sentirse tranquilos aunque hayan averiguado que la creación de forma no está registrada como modelo industrial, porque siempre tendrán sobre sí la amenaza de la protección resultante del derecho de autor.

De lo que antecede se desprende que el sistema más adecuado es el de la acumulación restrictiva. En mi opinión, este sistema pondera adecuadamente los intereses en juego, valora en su justa medida el esfuerzo del creador y la relevancia social de su obra y no provoca inseguridad jurídica al estar reservada la protección de la propiedad intelectual a obras con un innegable nivel artístico.

En la Ley española, según resulta con toda claridad de la ya citada Disposición Adicional Décima, se ha optado por el sistema de la acumulación restringida. Al disponer que **“la protección que se reconoce en esta Ley al diseño industrial será independiente, acumulable y compatible con la que pueda corresponderle en virtud de la propiedad intelectual cuando el diseño de que se trate presente en sí mismo el grado de creatividad y de originalidad necesario para ser protegido como obra artística según las normas que regulan la propiedad intelectual”**.

3.- Requisitos de protección

El artículo 5 de la Ley española exige dos requisitos a los diseños: la novedad y el carácter singular. El citado artículo 5 dispone: **“Podrán registrarse los diseños que sean nuevos y posean carácter singular”**.

3.1.- El requisito de la novedad

La novedad se define en el artículo 6 de la nueva Ley española, en los siguientes términos:

“1. Se considerará que un diseño es nuevo cuando ningún otro idéntico haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad.

2. Se considerarán idénticos los diseños cuyas características difieran sólo en detalles irrelevantes”

Como puede apreciarse fácilmente, al basarse en la “no accesibilidad al público en un momento determinado”, este artículo se ha optado por un concepto de novedad basado en el principio del derecho de patentes de que “nuevo es lo no conocido”, que, por lo mismo, considero desacertado.

En mi opinión, el concepto de que nuevo es lo no conocido en un momento determinado, si bien tiene sentido en materia de patentes,

es totalmente inadecuado para el diseño industrial. A esta conclusión se llega si nos detenemos brevemente en el fundamento de la protección de estas dos figuras. En efecto, el inventor tiene una doble posibilidad: explotar en secreto su invención o solicitar la patente. Si opta por explotarla en secreto, lo cual es intrínsecamente posible por la propia esencia de la invención como regla técnica, es claro que el inventor no la va a dar a conocer, con lo cual no se produce progreso tecnológico alguno. Y ello porque en la medida en que esa regla técnica no se da a conocer, no pasa a ser en un nuevo escalón en el avance del progreso tecnológico. Pues bien, como quiera que el objetivo esencial del Derecho de patentes es, como todos Ustedes saben, fomentar el progreso técnico-industrial y esto sólo tiene lugar si el inventor da a conocer su regla técnica, el ordenamiento jurídico le concede un derecho de monopolio temporalmente limitado a cambio de que solicite la patente y con ello que describa su invención. Pero si el inventor revela su invención antes de solicitar la patente, entonces pierde el derecho a obtener la patente porque la regla técnica, al haberse dado a conocer, ya forma parte del patrimonio tecnológico y puede contribuir a que éste siga progresando.

Nada de esto ocurre en el diseño. Aquí el diseñador no puede optar entre explotar en secreto el dibujo o modelo o solicitar la protección. Y, por lo tanto, el derecho de exclusiva no se le concede a cambio de que revele su creación. Por tratarse, como hemos visto, de una forma exterior no es posible explotarla en secreto, por eso carece de relieve el dato de que el diseñador haya revelado o no su creación antes de solicitar la protección. En este punto, el

fundamento de la protección del diseño se aproxima, pero solo en parte, como ya he dicho, al del Derecho de Autor, toda vez que la protección es independiente de si el autor ha mantenido, o no, en secreto su creación hasta un determinado momento: divulgación de la obra y protección son perfectamente compatibles en el Derecho de Autor y también deben serlo en materia de Diseño. Pero en éstos el fundamento de la protección coincide solo en parte con el del Derecho de Autor, porque, además de este fundamento de tipo subjetivo, y para que no puedan protegerse al mismo tiempo dos creaciones idénticas creadas independientemente, hace falta un fundamento de tipo objetivo, del que ya he hablado, que es el enriquecimiento del patrimonio de las formas estéticas aplicadas a la industria.

3.2.- El requisito del carácter singular.

El segundo requisito que se exige para la protección de los diseños es el del "carácter singular", al que se refiere el artículo 7 de la Ley 20/2003 con las siguientes palabras:

"Se considerará que un diseño posee carácter singular cuando la impresión general que produzca en el usuario informado difiera de la impresión general producida en dicho usuario por cualquier otro diseño que haya sido hecho accesible al público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se

reivindica prioridad, antes de la fecha de prioridad".

a).- La impresión general diferente

Así como en materia de novedad, lo que se exige al diseño que se pretende proteger es que no sea idéntico o cuasi idéntico a otro anterior, en el requisito del carácter singular se exige que el diseño **produzca una impresión general que difiera de la impresión general que produzca cualquier otro diseño divulgado con anterioridad.**

El artículo 7 toma como referencia el dato de la "**impresión general**". Lo cual significa no se busca la impresión que produce uno o varios elementos del diseño por separado: la protección no depende de la simple comparación de elementos individuales, sino que la que sirve de referencia es la impresión general o de conjunto; es decir, la que resulta de una visión global del diseño.

El efecto o sensación que ha de producir en el ánimo la visión global del diseño es que tal diseño "**difiera**" de la impresión general que produzca cualquier otro diseño anterior. Ni la Directiva ni la Ley 20/2003 **determinan qué se entiende por "diferir"**. La Ley española no determina el "**grado de diferencia**" que se exige para que concurra el requisito del carácter singular, lo cual obliga a un nuevo esfuerzo de interpretación. En la versión final de la Directiva se suprimió el adverbio "**notablemente**" que seguía a la palabra "difiera", el cual determinaba expresamente el grado de

diferenciación que se exigía y que era, en consecuencia, elevado. Así las cosas, es claro que la Ley 20/2003 no exige que el grado de diferencia que ha de producir la impresión general del diseño frente a la de otros sea “notable”; esto es, grande y sobresaliente. Pero que no se exija que el diseño “difiera notablemente” de los demás no significa que no se exija grado alguno de “diferenciación”.

Que la propia Ley 20/2003 tiene en cuenta distintos grados de creatividad y, en consecuencia, “diferenciación” se desprende de la Exposición de Motivos cuando dice: **“Ello no impide que el diseño original o especialmente creativo pueda acogerse además a la tutela que le brinda la propiedad intelectual...”**. Declaración que se traduce en la ya citada Disposición Adicional Décima que instaura, como hemos visto, el sistema de la acumulación restringida para aquellos diseños que presenten el grado de creatividad y originalidad propios de las obras protegibles por la propiedad intelectual. La Ley 20/2003 reconoce, pues, la existencia de diseños con un elevado grado de “creatividad y originalidad”, las llamadas “obras de arte aplicado”, que justamente por ello deben producir una impresión general que los haga **más intensamente diferentes** que los demás diseños.

Pero la Ley 20/2003 también parte de la existencia de un “grado de diferenciación” entre los diseños en sentido estricto; es decir, los que no son “obras de arte aplicado”. Así resulta de la Exposición de Motivos cuando dice: **“Hay que señalar la correlación que hay entre el grado de diferencia que un diseño debe presentar frente a los conocidos para que tenga carácter singular y**

pueda ser protegido, y el que el diseño desarrollado por un competidor debe presentar frente al protegido para no invadir su ámbito de protección. En ambos casos, se toma como referente al usuario informado y el grado de libertad del autor para desarrollar el diseño”.

b).- El grado de libertad del autor del diseño

Pero esta exigencia en el grado de diferenciación, tanto a los efectos del requisito del carácter singular como a los efectos de determinar el alcance de la protección del diseño, está condicionada por el grado de libertad que tenga el diseñador.

Como dice muy acertadamente la Exposición de Motivos de la Ley, hay que atender al sector al que pertenece el diseño y a las circunstancias propias de ese sector, ya que hay ámbitos en los que existen unas tendencias dominantes que responden a los gustos o modas del momento. Y en este caso, no se puede exigir al diseñador que se aparte abiertamente de esos gustos comunes. En estos sectores, hay, pues, menos libertad para diseñar, por lo cual ha de ser menor la exigencia de diferenciación: el diseño tiene carácter singular aunque su impresión de conjunto difiera en menor grado de los demás; o dicho con otras palabras, aunque la diferencia sea menos clara y patente.

c).- El usuario informado como sujeto cuya impresión es relevante

Otro de los elementos que juega un papel esencial en el requisito del carácter singular es la figura del sujeto cuya impresión es determinante para afirmar o negar la existencia de tal requisito. El juego del requisito del carácter singular gira en torno a la figura del "usuario informado". Pero la Ley no define el concepto de "usuario informado" porque esta figura, como dice la Exposición de Motivos, **“habrá de concretarse caso por caso en función del segmento del mercado a que vaya específicamente dirigida la oferta del producto”**.

El papel del "usuario informado" es semejante al del "experto en la materia" del requisito de la actividad inventiva en materia de patentes y de modelos de utilidad. Pero su perfil es muy diferente: aquí no se está hablando de un "experto", sino de un "usuario"; es decir, de un consumidor o usuario final, como aquel al que se refiere el apartado 2 del artículo 8 cuando determina lo que se entiende por 'utilización normal' de un diseño incorporado a un componente de un producto complejo. Precisamente por ser un "usuario" tampoco puede equiparse a los sujetos que integran los "círculos especializados" a los que se refiere el apartado 1 del artículo 9.

Por otra parte, debe señalarse que, a diferencia de la figura del "usuario final" a la que se refiere el apartado 2 del artículo 8, en el artículo 7 no se alude a cualquier usuario final, sino a un "usuario informado". La Ley 20/2003 tampoco determina qué se entiende por "informado"; es decir, no establece el grado de información que ha de tener el usuario final para que encaje en esa figura abstracta del "usuario informado". "Informado" significa "enterado", sujeto con

formación, “conocedor y entendido”. Lo cual implica que se trata de un usuario con un cierto nivel de conocimiento en lo que concierne a los diseños puestos a disposición del público en un determinado sector. Así pues, para valorar si en un diseño concurre o no el requisito del carácter singular habrá que configurar un prototipo abstracto de usuario, representado por un destinatario final conocedor y entendido respecto de los productos con diseño del sector de que se trate. No se está, pues, ante un único y mismo sujeto para todos los diseños, sino de un sujeto abstracto con las mismas características de formación y conocimiento, pero que es distinto para cada sector.

Por otra parte, la Ley 20/2003 tampoco especifica el ámbito territorial al que debe referirse la información que posee ese "usuario informado". En este punto, cabría optar por un "usuario informado" sobre el conjunto de diseños del sector de que se trate puestos a disposición del público en el territorio de cada Estado miembro o por la figura de un “usuario informado” sobre el conjunto de dibujos o modelos pertenecientes al sector de que se trate pero en toda la "Unión Europea". Esta última opción podría defenderse, alegando como apoyo el apartado 1 del artículo 9, que se refiere a los círculos especializados del sector de que se trate en la Unión Europea.



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

*UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
MENÉNDEZ PELAYO*

CURSOS DE VERANO 2017



ANTONIO MONTURIOL - DISEÑADOR INDUSTRIAL - 12 / 07 / 2017

DISEÑO INDUSTRIAL

Es una disciplina técnica.

Resuelve problemas de producto.

A priori, no está sujeto a tendencias,
pues está sometido a la técnica.

TENDENCIAS

*RAE. 1) Propensión o inclinación en los hombres y en las cosas
hacia determinados fines.*

Algo orgánico,
que fluctúa, cambia.

**industrial
design**



DISEÑO INDUSTRIAL

Cometido

Evolución

Ética del diseño

Emoción

• Cometido del Diseño Industrial

Resolver problemas de producto.

- 1- Para cubrir una necesidad no satisfecha del consumidor.
- 2- Para mejorar algún inconveniente en la distribución o venta.
- 3- Para salvar un obstáculo industrial

El DI se ocupa del producto en tres niveles:

- a) función
- b) forma
- c) uso



FUNCION

Se necesita un producto para remover y retirar la tierra en un jardín

FORMA

Creamos un instrumento con una hoja metálica y un mango largo

USO

Hemos creado una pala, que debe cogerse por el mango para voltear la hoja

• Evolución histórica del Diseño Industrial

Tres hitos esenciales.

- 1- Revolución Industrial.
- 2- Movimiento Arts & Crafts.
- 3- Escuela Bauhaus.

Rev. Industrial

Surge la industria y
y la producción en serie.
División del trabajo.



Michael Thonet n°14

Arts & Crafts

Reacción al producto
industrial sin personalidad.
Dignificación del producto.



William Morris & Phillip Webb Style

Bauhaus

La forma pura es lo
que confiere belleza
al producto.



Marcel Breuer b64

- Evolución histórica del Diseño Industrial

El artesano trabaja
para el usuario

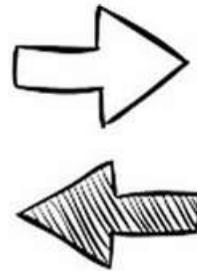


USUARIOS

El diseñador industrial
trabaja al servicio de la industria



CLIENTES



- Evolución histórica del Diseño Industrial

La FUNCIÓN siempre se impone.

La FUNCIÓN somete, y limita las posibilidades del diseño.

La forma quiere revelarse, pero hay que domarla.

UN PRODUCTO SIEMPRE ES RECONOCIBLE POR SU FUNCIÓN.



*una silla sirve
para sentarse*



- **Ética en el Diseño Industrial**



Cuatro frentes.

- 1- Beneficio del cliente (DI al servicio de la industria).
- 2- Beneficio del usuario (DI al servicio del individuo).
- 3- Respeto al ecosistema (DI al servicio de la Naturaleza – Moral natural).
Respeto a la Creación (Moral religiosa).
- 4- Enriquecimiento cultural (DI al servicio de la sociedad).

Atender los anteriores intereses bajo los siguientes principios.

- | | | |
|--|---|---------|
| a) El producto ha de cumplir con la función. | ➡ | FUNCIÓN |
| b) El producto debe racionalizar el uso de la técnica. | ➡ | FORMA |
| c) El producto debe de ser simple en su uso. | ➡ | USO |

¿Diseño Industrial?

¿Responden estos diseños a la ética del DI?



~~FUNCIÓN
FORMA
USO~~



¿Qué es diseño?
¿Qué es arte?
¿Qué es tendencia?

Diseño Industrial = *FUNCIÓN* + *FORMA* + *USO*

+ *EMOCIÓN?*



*la belleza de
la forma pura*

Diseño Industrial

debe aspirar a emocionar

FUNCIÓN
FORMA
USO

+

EMOCIÓN



photoAlquimia 

Diseño Industrial

debe aspirar a emocionar ... y llegar a la gente (no lujo)



19,95 €

Aceitera vinagrera junto salero y...



18,90 €

Aceitera vinagrera provenzal lila de...

Diseño Industrial

indisociable a comodidad (O Tusquets), y al uso



Vingrera / Rafael Marquina



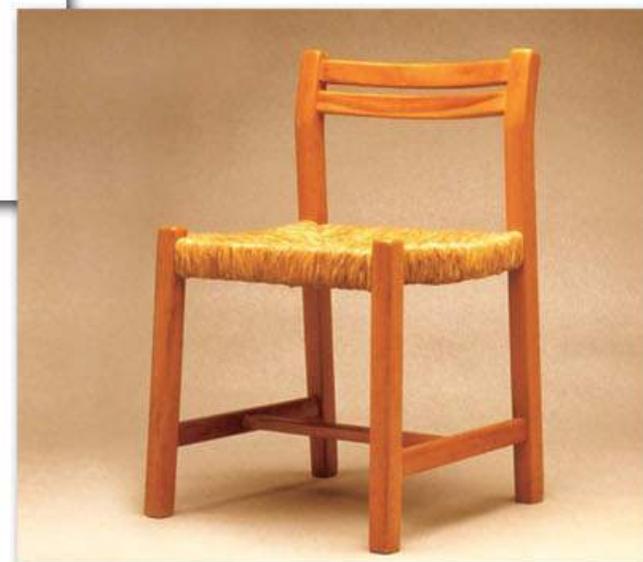
TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

Diseño Industrial



Arte

Artesanía





TENDENCIA

Significado

Agente exógeno

Tendencia / herramienta

- El concepto “*tendencias*” en el contexto del Diseño Industrial

Lo que se conoce por “*tendencias*” son fuerzas o elementos exógenos al DI.

El diseñador honesto, trabajando al servicio del usuario, debería prescindir de tendencias, aunque sus soluciones provoquen TENDENCIA.

PRODUCTO BIEN RESUELTO

(conforme al estado de la técnica)



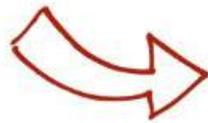
MARCA TENDENCIA

(debería marcar tendencia)



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

Un diseño bien resuelto marca tendencia.



- Diferentes concepciones de “*tendencias*” en el saber popular. Enfoque del industrial y del diseñador en cada caso.
 - a) **Tendencia** es algo que se proyecta desde el PASADO al FUTURO, pasando por el PRESENTE.
 - *Tendencia es el camino o devenir del diseño.*
 - *Es un vector de tiempo que nos indica hacia dónde se dirige el diseño.*
 - *El diseñador y el industrial quieren saber cuál es este camino.*
 - b) **Tendencia** es algo que sucede en PRESENTE. (Trending topic)
 - *Tendencia es lo último, lo más “in”.*
 - *Tendencia es lo que hay que llevar o usar hoy.*
 - *El diseñador y el industrial quieren saber qué se vende hoy.*
 - c) **Tendencia** es algo que sucede en PRESENTE, pero consecuencia del PASADO.
 - *Tendencia es una **HERRAMIENTA** en manos del industrial y del diseñador.*
 - *El diseñador y el industrial quieren dominar el FUTURO.*

- El concepto “*tendencias*” como agente distorsionador del Diseño Industrial.

Tres orientaciones distintas de “**TENDENCIA**” como **HERRAMIENTA**.

- 1- *Tendencia* como herramienta de trabajo de la industria.
- 2- *Tendencia* como objetivo socio-cultural.
- 3- *Tendencia* como objetivo político-ideológico.

Consecuencias positivas y consecuencias negativas de las *tendencias*.

- a) *Poder enriquecedor*.  El diseño al servicio del individuo.
- b) *Poder socializador*.  El diseño al servicio de la sociedad.
- b) *Poder manipulador*.  El diseño al servicio del manipulador.

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*”
Styling (potenciar deseo sobre necesidad)



TENDENCIAS / UNA HERRAMIENTA

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*”

Tendencias para potenciar el consumo y la producción.

(otros conceptos > calidad percibida / “ lo último ” / deseo vs necesidad)



TENDENCIAS / UNA HERRAMIENTA

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*” interesadas



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*” tecnológicas. Esto es **I+D+i**
Engineering (el avance técnico)



*Pero la ingeniería
no es diseño industrial*



TENDENCIAS / UNA HERRAMIENTA

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*” para provocar consumo



Styling



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La industria crea “*tendencias*” para provocar consumo



- La industria crea “*tendencias*” para provocar consumo

Styling

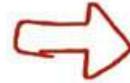


TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

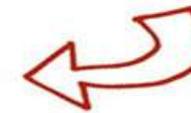
- La **CULTURA** crea “*tendencias*” que alcanzan al Diseño Industrial



DI Modernista



DI Art Deco



DI Estilo rockero

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **CULTURA** y el **CONOCIMIENTO** crean “*tendencias*” que conducen a rediseñar



Diseño ECO



Diseño mundo-mascota



El verde está de moda

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **CULTURA** crea “*tendencias*” que conducen a rediseñar

Diseño LGTBI



Diseño mundo-deporte

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **POLÍTICA** y las **IDEOLOGÍAS** caen en la tentación de forzar el diseño para crear o seguir “*tendencias*”.



Diseño Ideología de género



Diseño ecológico

ECODISEÑO

Diseño energías limpias-cambio climático →



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **POSVERDAD** también produce “*tendencias*”.

El diseñador y el usuario deciden (pactan) qué es lo que se está comprando o usando, indistintamente si es cierto o no. Ellos deciden qué es cada cosa.



Obras invisibles
(Lana Newstrom)



Sombrero
(Charles Kaisin)

Dos sillas
y una mesa



Asientos
(Charles Kaisin)

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **POSVERDAD** también produce “réplicas”.
El diseñador de la posverdad frente al espejo.



← ↑
Dos camas diferentes

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **MODA** crea “*Tendencias*” de interiorismo.

El interiorismo no es diseño industrial, pero requiere productos que sí lo son.



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **MODA** crea “*Tendencias*” de interiorismo.

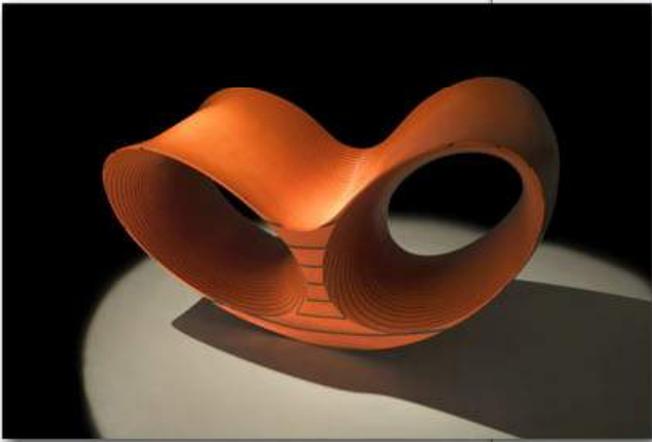
El interiorismo no es diseño industrial, pero requiere productos que sí lo son.



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- Existe un **Diseño de Autor** y representa en sí mismo “*Tendencia*”.

El Diseño de Autor, si no tiene pretensión industrial, no es diseño industrial, es artesanía (o arte).



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- El **CONSUMISMO** crea “*Tendencias*” de mercado.

El diseñador debe (?) dar respuesta a las necesidades de productor y de consumidor.



Objetivo:
“Calidad
percibida”

Dos maneras de enfocar el Diseño Industrial y sus tendencias

- Trabajar a partir de “tendencias”:

El diseñador diseña lo que cree que el industrial (su cliente) va a vender mejor, en base a las tendencias de consumo existentes en el mercado.



Modas de consumo

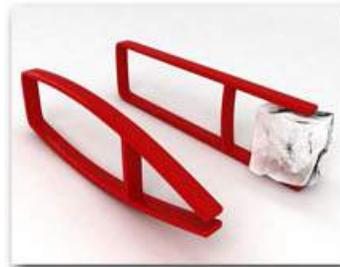
Corrientes artísticas

Presión cultural / ideológica

- Trabajar a partir de problemas de producto:

El diseñador resuelve carencias industriales en los productos (mejorándolos)

De su trabajo pueden surgir “tendencias”



Diseño industrial puro

la belleza radica en la forma que asiste a la función

"Form follows function"

**industrial
design**



Casos prácticos de DISEÑO INDUSTRIAL

La fregona

Jeringuilla hipodérmica

Ladrillo caravista ventilado

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



PROBLEMA

*Problemas de salud
Dignidad de la mujer
Desigualdad*

SOLUCIÓN

no sea esclava de su casa

CONVIERTA EN UN AGRADABLE ENTRETENIMIENTO LA INGRATA LABOR DEL LAVADO DE SUELOS SIN NINGUN ESFUERZO AHORRARA DINERO Y TIEMPO.

el aparato lavasuelos Rodex es único.

RODEX, ES NUEVO EN ESPAÑA PERO TIENE LA GARANTIA DE HABER SIDO ADOPTADO EN AMERICA POR MAS DE 100 MILLONES DE PERSONAS

PATEYADO
COMERCIO: BARRAS, COLONIAS, ESCUELAS, SERVICIO DE PORTERIA

Rodex

FABRICACION DE EQUIPOS PARA LA LIMPIEZA DE SUELOS

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



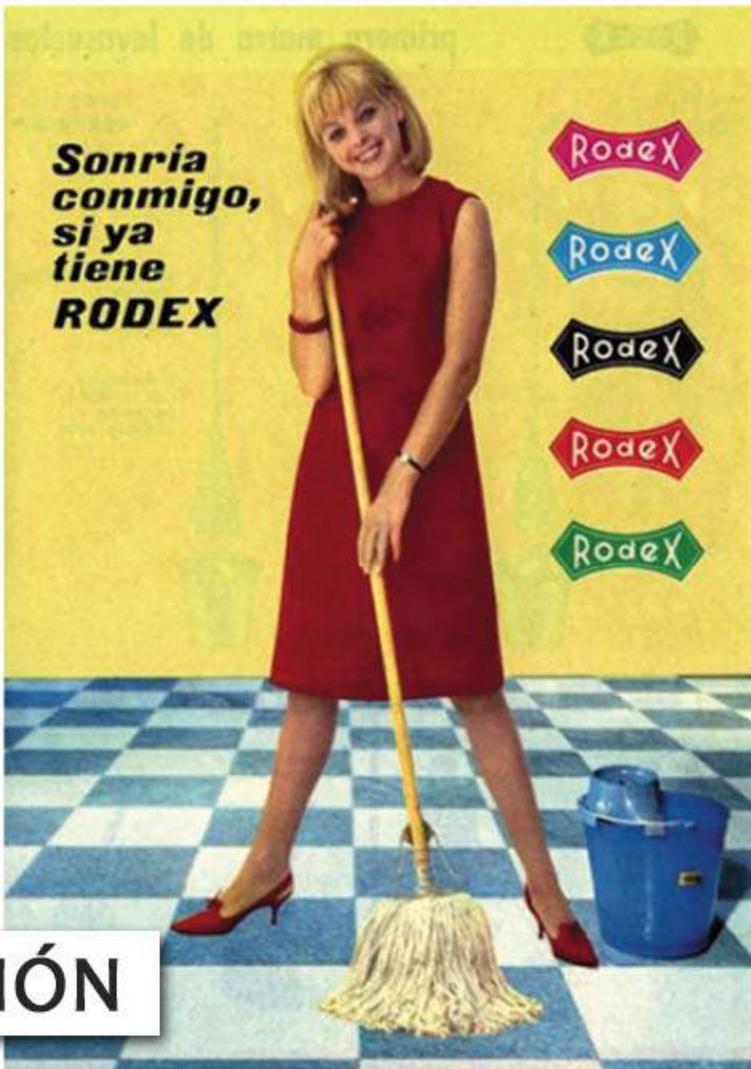
COMODIDAD
RodeX le ayudará a lavar los suelos sin mojarse las manos, en una postura cómoda y sin ningún esfuerzo.

RAPIDEZ
RodeX es eficaz y de manejo suave. En unos minutos fregará su casa, comercio, bar u oficina.

ECONOMIA
RodeX le ahorrará dinero, consorcio y le hará ganar tiempo.

RodeX es nuevo en España, pero tiene la garantía de haberse impuesto rotundamente en América donde, en pocas años, ha sido el sistema adoptado por más de 100 millones de personas.

VIVIENDAS · OFICINAS · COMERCIOS
BARES · CLINICAS · ESCUELAS
SERVICIOS DE PORTERIA · ETC.



Sonría conmigo, si ya tiene RODEX

el lavasuelos definitivo

MODELO "CISNE"
MANUFACTURAS RODEX, S. A.
ZARAGOZA (ESPAÑA)

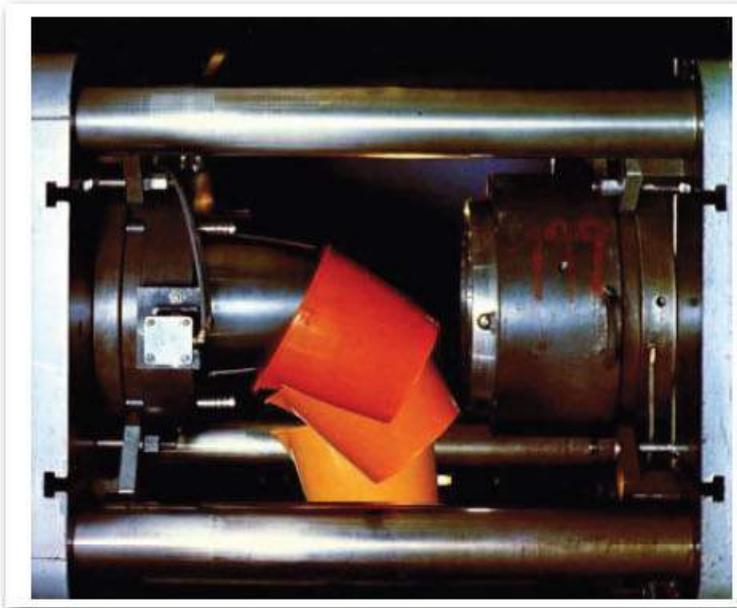
PROBLEMA

SOLUCIÓN



Problemas de salud
Dignidad de la mujer
Desequilibrio

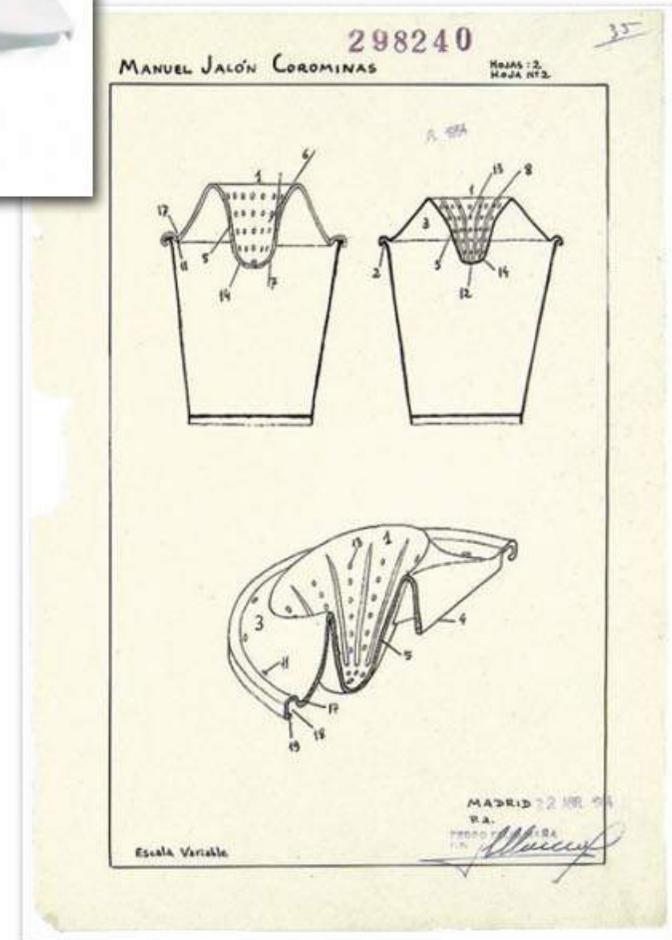
TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



menos elementos
novedad mundial
tecnología monocasco



novedad mundial
menos materia prima
a igual resistencia
apilable



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



TENDENCIAS INDUSTRIALES
Reinterpretación en plástico

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

enero / 1990



REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
ESPAÑA



11 Número de publicación: 1 012 547
12 Número de solicitud: U 9000007
13 Int. Cl.⁵: A47L 13/20

12 SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD U

22 Fecha de presentación: 02.01.00

71 Solicitante/s: Antonio Monturiol Jalón
Eduardo Dato, 8-3 Izq.
28010 Madrid, ES

43 Fecha de publicación de la solicitud: 16.08.00

72 Inventor/es: Monturiol Jalón, Antonio

74 Agente: Fuente Fernández, Dionisio de la

54 Título: Fregona perfeccionada autooscurecida.

1 ES 1 012 547 U 2

DESCRIPCIÓN

En los utensilios de limpieza utilizados en la actualidad, se frecuenta el empleo de la fregona formada por un mango al que en su zona inferior se acoplan una serie de tiras de material absorbente o mechas de la misma cualidad, las cuales una vez que han absorbido el agua con el que se está fregando el suelo, es preciso oscurecir el cubo mediante la compresión de la citadas tiras o mechas en un especial recipiente, generalmente troncocónico que se acopla a la boca del correspondiente cubo.

Ella lleva consigo que las operaciones de fregado y oscurecido sean sucesivas y que siempre sea preciso el citado elemento adicional de la pieza troncocónica adosada al cubo que se emplea.

Con el fin de lograr una fregona de este tipo, en el que el oscurecido de las tiras o mechas empleadas, pueda efectuarse sin necesidad de apoyo en un elemento adicional, se ha ideado la fregona perfeccionada a la que se refiere la presente Memoria, con la que se logra dicho oscurecido, sin más operación que la de un simple giro del mango de la misma, con el que se obtiene la compresión de las tiras o mechas que forman la fregona en sí, sobre sí mismas, debido a que éstas están fijas por su extremo superior a un extremo del mango mientras que sus extremos inferiores se fijan a otro extremo del mismo mango que discurre por el interior y es susceptible de girar, con lo que las tiras o mechas que forman la fregona en el otro extremo de la

acompaña, en el que se representa a simple título de ejemplo no limitativo, una forma preferente de realización, susceptible de todas aquellas variaciones de detalle que no supongan una alteración fundamental de las características esenciales de la misma.

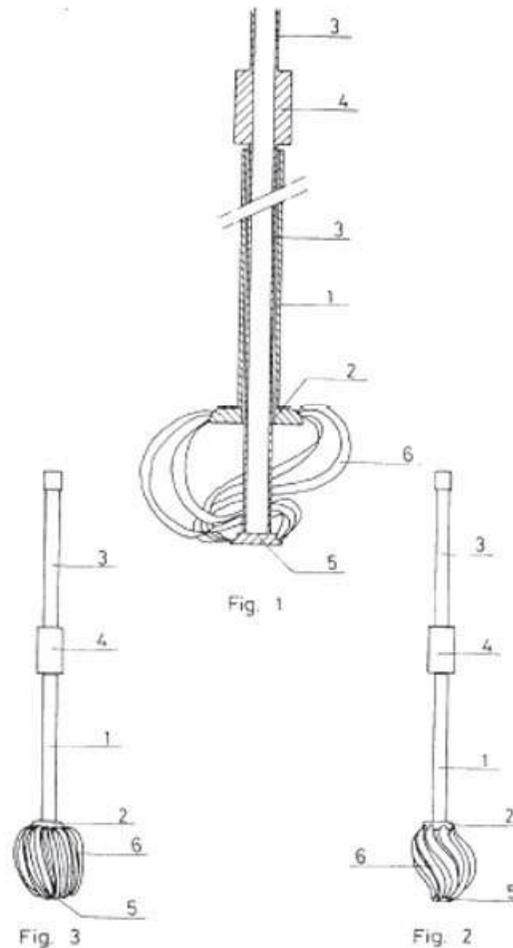
En dicho plano se ilustra:
En la figura 1: Detalle en sección longitudinal del conjunto de mango y fregona.
En la figura 2: Vista general de la fregona en disposición de uso.
En la figura 3: Vista general de la fregona en posición de oscurecido.

Según el ejemplo de ejecución representado la fregona perfeccionada autooscurecida que se preconiza, está constituida por un mango (1) hueco de longitud igual a la mitad aproximada del mango total, con cuyo extremo inferior, lleva una plataforma circular (2) a la que se fijan los extremos superiores de las tiras o mechas (6) que constituyen la zona de fregado.

Por el interior de este mango hueco (1) discurre otro mango coaxial (3) que sobresale por el extremo superior del mango (1) constituyendo la segunda mitad del mango total, presentando en la zona de unión un manguito (4) soldado al mango interior, para facilitar la acción transmitida de giro de éste segundo mango interior (3) cuando sea preciso.

El extremo inferior del mango interno (3) sobresale del exterior en una longitud suficiente para que, al girar, los extremos inferiores de la

ES 1 012 547 U



Joy Mangano
1991

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

Jeringuillas plástico con junta caucho



Jeringuillas plástico sin junta caucho y destruibles



Jeringuillas de vidrio

FS Fabersánitas, s.a. a crée les plus jeunes
SERINGUES et AIGUILLES stériles à usage unique

5 AVANTAGES de la seringue «FS»

- 1** CAPACITÉ D'INJECTION PLUS GRANDE
Arêtes arrondies qui évitent les gênes des veines capillaires
- 2** PLUS GRANDE FACILITÉ D'INJECTION
Ce qui assure un meilleur débit, meilleur pour les enfants
- 3** INJECTION TRÈS VISIBLE ET INDÉLÉVELLE
BOISSE PLUS EXACTE
• Du fait de la forme de la seringue
• La transparence du caoutchouc
- 4** L'UNIQUE SERINGUE QUI PEUT ÊTRE DÉTACHÉE AISEMENT APRÈS USAGE
Comme l'habitude des autres, les FS ont 3 parties
- 5** PLUS GRANDE SÉCURITÉ DANS LE GLISSAGE DU PISTON
«BARRIÈRE ABSOLUE»
Du fait de la présence de l'anneau, combinée par un lubrifiant



PRODUCTOS "FS" EN MAS DE 57 PAISES Y HOSPITALES DEL MAYOR PRESTIGIO MUNDIAL.

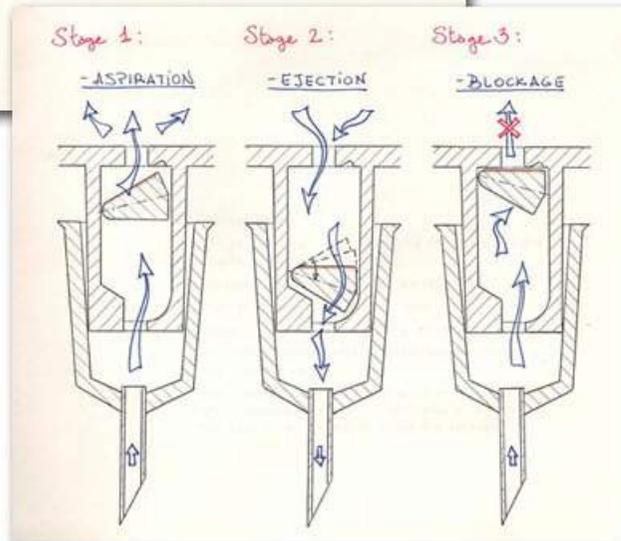
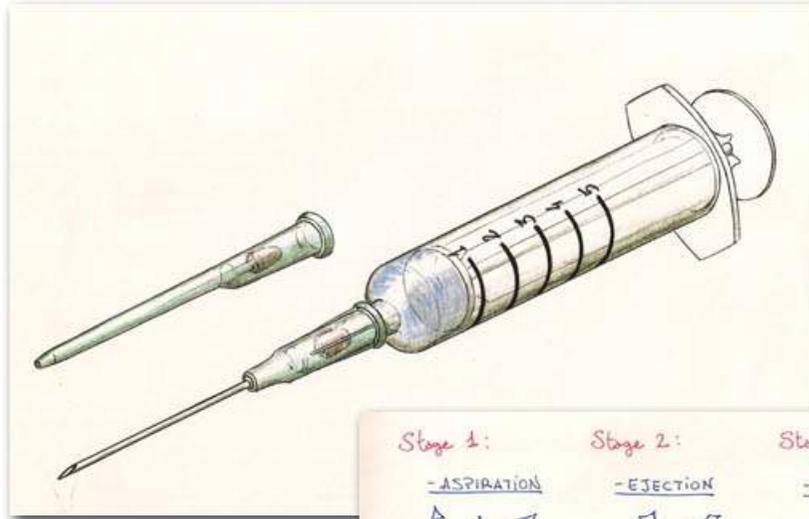


MEJILLA DE ORO A LA EXPORTACION EN 1981
LEON DE EXPORTACION EN LOS AÑOS 1981-1982

JERINGUILLAS HIPODÉRMICAS FS

Expansión Fabersánitas

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
ESPAÑA

① Número de publicación: 1 017 616
② Número de solicitud: U 9101573
③ Inv. Cl.º: A61M 5/32

④ SOLICITUD DE MODELO DE UTILIDAD U

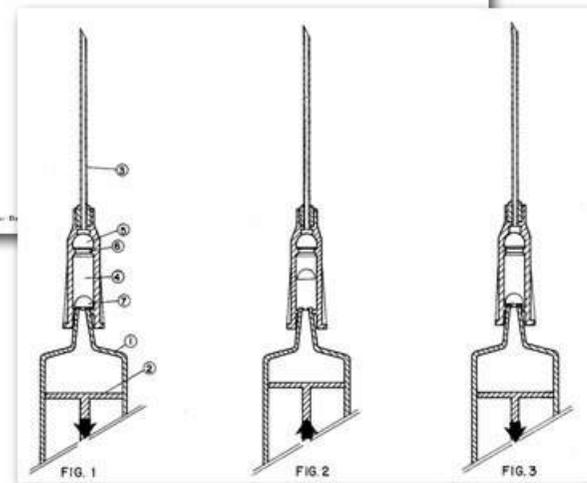
⑤ Fecha de presentación: 21.05.91
⑥ Fecha de publicación de la solicitud: 01.01.92

⑦ Solicitante/s: Antonio Monturiol Jalón
C/ Eduardo Dato 8
28010 Madrid, ES
⑧ Inventor/es: Monturiol Jalón, Antonio
⑨ Agente: Fuente Fernández, Dionisio de la

⑩ Título: Jeringuilla autodestruible por sistema de válvula flotante y aguja postiza.

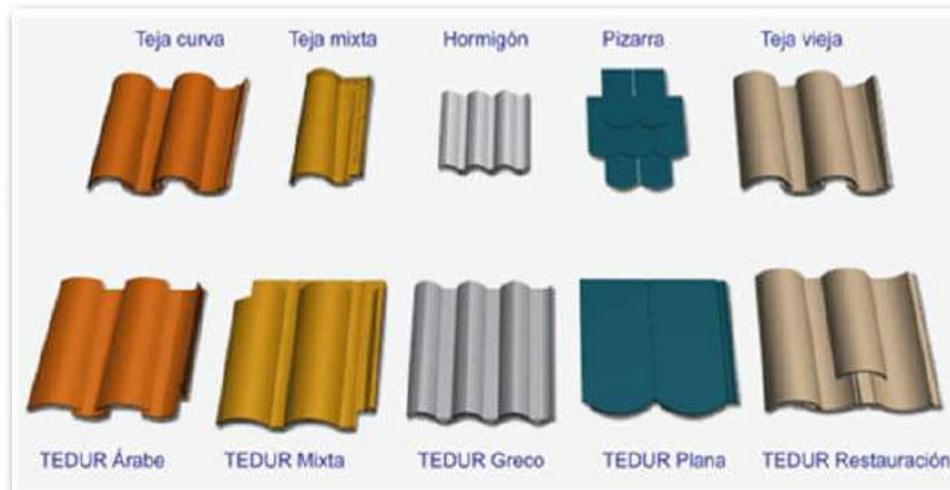
ES 1 017 616 U

Vista de distribución: D



JERINGUILLAS AUTODESTRUIBLES

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

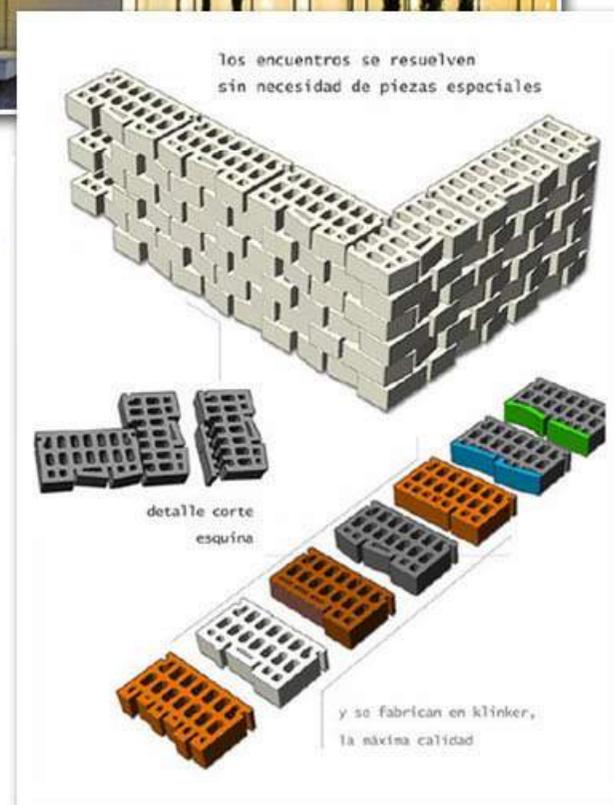
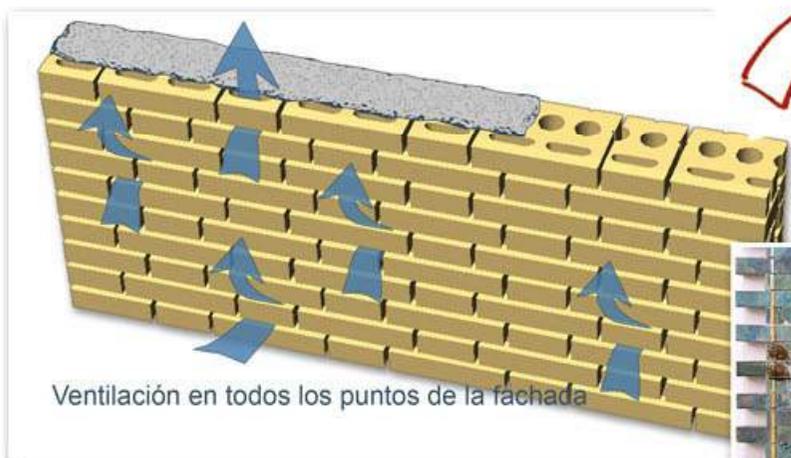
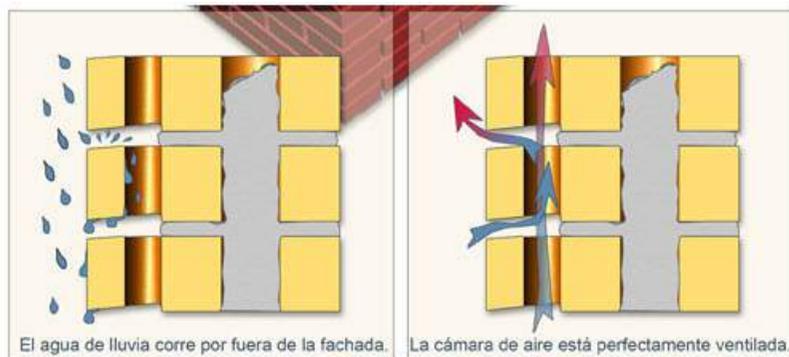


Obra Catedral de Granada.



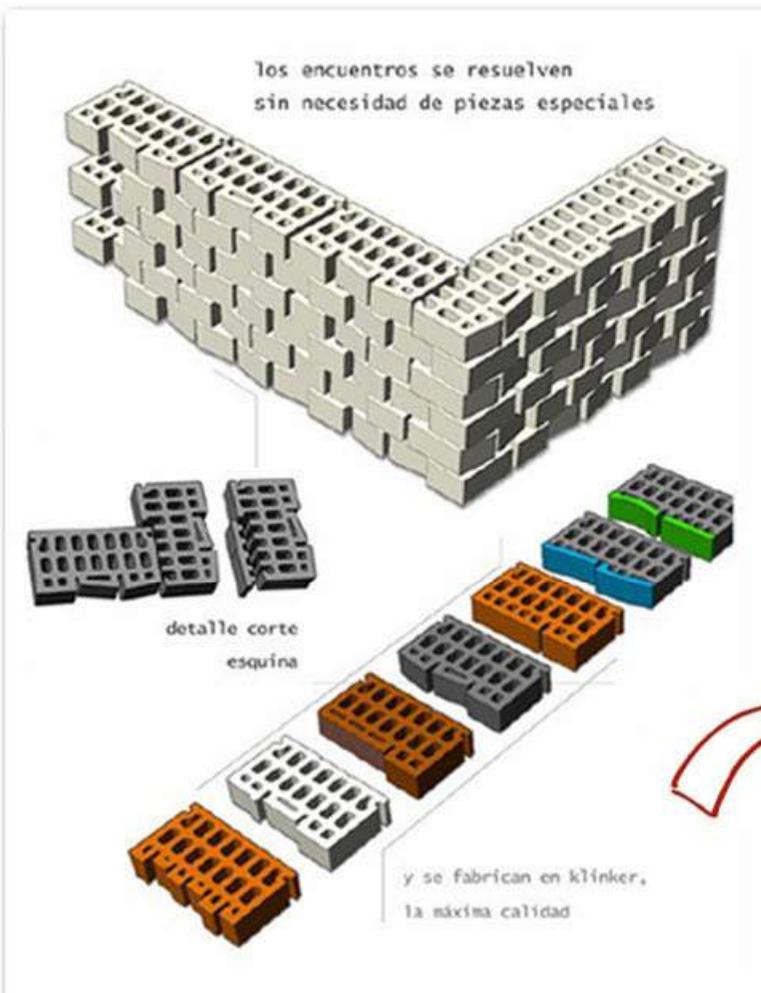
DESARROLLO INDUSTRIAL I+D+i
Tejas de estructura celular

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



DESARROLLO INDUSTRIAL I+D+i Ladrillo caravista autoventilado

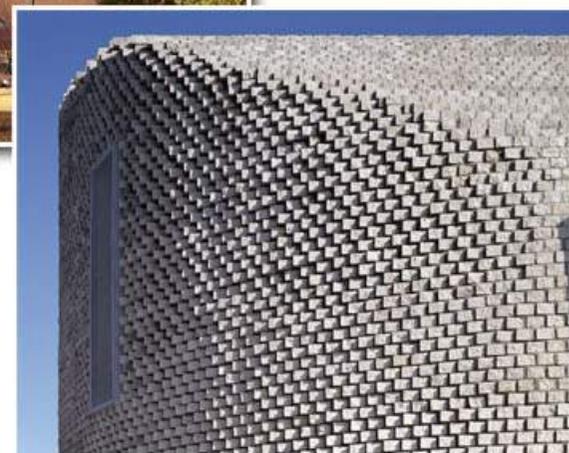
TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL



Trabajamos
en un nuevo concepto

MINIMALISMO ORGÁNICO

Creando TENDENCIAS



DESARROLLO INDUSTRIAL I+D+i
Ladrillo caravista autoventilado

CASOS PRÁCTICOS DI / LADRILLO CARAVISTA



TIEMPO PRESENTE en el DI

Estado del arte

Significado para el diseñador

Campos de trabajo

Protección industrial

TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- El diseñador-creador trabaja sin premisas preconcebidas.
- Su visión debe abarcar todo el *Estado del Arte*, y debe procurar desarrollar habilidades interdisciplinares.
- Dejarse llevar por “ *tendencias* ” preexistentes condicionará su trabajo y hará más pobre el resultado.
- El diseñador resuelve problemas en distintas áreas de conocimiento o de trabajo / sectores industriales.



- El **PACKAGING** crea “*necesidades*” de producto.
La industria del *packaging* requiere mucho diseño “muy funcional”.



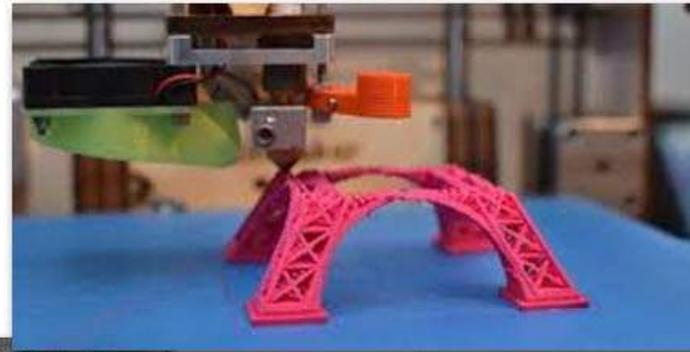
TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- El **FITNESS** crea “*necesidades*” de producto.
La industria del *fitness* requiere mucho diseño “funcional”.



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **ROBÓTICA**, la **AUTOMATIZACIÓN**, la **IMPRESIÓN 3D**, crean “*necesidades*” de producto.



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- El **DISEÑO DE MUEBLE** y el **MENAJE DOMÉSTICO**, crean inmensas “*necesidades*” de producto.



El diseño nórdico,
el diseño IKEA
es hoy el referente



TENDENCIAS DEL DISEÑO INDUSTRIAL

- La **ARQUITECTURA** crea “*necesidades*” de producto.

El minimalismo
obliga a rediseñar materiales
y productos de interior



Necesidades del diseñador/creador respecto de la Prop. Industrial

- **Patente / Mod. Utilidad.**

En este caso es invención, por lo que trasciende el mero diseño. La nueva Ley es más exigente y también más restrictiva.



- **Diseños Industriales / Modelos Comunitarios.**

Es la protección indicada para el diseño, la más necesaria, pero no es efectiva...

- **Marcas.**

Bien utilizadas, son una herramienta muy interesante de propiedad industrial.

- **Propiedad Intelectual.**

Más efectiva que los diseños-modelos. Empieza en el momento de la creación.

- La Ley del Diseño Industrial está bien definida, pero su puesta en práctica es deficiente.

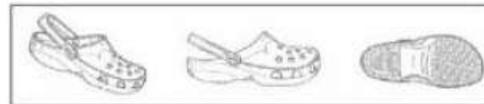
El diseñador necesita una protección acorde con los tiempos del diseño, y que sea interpretada con la sensibilidad del creador.



Diseño Industrial D0512010-22 (08/03/11)



Modelo Comunitario DMC231739-0005 (03/09/13)



Publicado en soporte comercial (marzo 2005)



Modelo Comunitario DMC000574462-01 (09/08/06)



Publicado en soporte comercial e Internet (2002)



Modelo Comunitario DMC000378757-12 (27/07/05)



Tres casos que ponen en evidencia la baja protección con la que trabaja el diseñador-creador.

El diseñador necesita protección para competir y abrirse campo, él es el punto débil de la creación, pero el industrial cuenta con demasiada frecuencia con estrategias para saltarse la protección.

CONCLUSIONES.

- Todo está por diseñar / rediseñar.
- En el diseño industrial, el diseñador no tiene caminos trazados.
- Existen necesidades constantes de diseño, donde hay que resolver FUNCIÓN, FORMA y USO.
- Las tendencias son *fotos fijas* de un momento dado de la industria.
- El diseñador necesita herramientas de PROPIEDAD INDUSTRIAL.





**TENDENCIAS
DEL DISEÑO INDUSTRIAL**

*UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
MENÉNDEZ PELAYO*

CURSOS DE VERANO 2017



ANTONIO
MONTURIOL

12 / 07 / 2017



LA NUEVA LEY 24/2015 DE PATENTES Y SU REGLAMENTO DE EJECUCIÓN

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

Nuevo procedimiento de concesión: principales novedades

María José de Concepción Sánchez
Directora Departamento de Patentes e Información Tecnológica

	ACTUALIDAD ▾ LEGISLACIÓN Y CONVENIOS ▾ CONOCIMIENTO ▾ LEGAL MANAGEMENT FORUM ▾ SERVICIOS ▾		
	30 DE SEPTIEMBRE DE 2016 NOTICIAS ★ Hacienda aumenta las cuantías mínimas del pago fraccionado del Impuesto de Sociedades ...	30 DE SEPTIEMBRE DE 2016 NOTICIAS ★ El TS reconoce el derecho de una abuela a visitar a sus nietas, pese a la pésima relación que mantiene con los pa ...	30 DE SEPTIEMBRE DE 2016 NOTICIAS ★ I que ince

Noticias Jurídicas > Noticias de actualidad, jurisprudencia y sector legal > Noticias

Actualidad

🕒 14/04/2014 08:08:00 | REDACCIÓN NJ | LEY DE PATENTES

El Gobierno aprueba el Anteproyecto de la nueva Ley de Patentes



El Consejo de Ministros del pasado viernes aprobó el Anteproyecto de nueva Ley de Patentes.

Este texto, que revisa el marco legal de la propiedad industrial en España, regulado por la Ley de patentes de 1986, tiene como objetivo fundamental equiparar la normativa al ámbito internacional y fortalecer el sistema de patentes español, estableciendo un marco legal que prime la actividad verdaderamente inventiva y novedosa.

La Ley busca fomentar y proteger la innovación en España, ofreciendo una alternativa atractiva para los interesados que opten por la vía nacional de protección de las invenciones. La nueva Ley ofrece a los empresarios, a los emprendedores individuales y a las instituciones públicas y privadas españolas una alternativa rápida y eficaz para proteger sus innovaciones mediante patentes sólidas, eliminando las desventajas comparativas frente a los solicitantes de la vía europea y de la vía internacional.

Posts by: Fidelaw



Un "Masterchef" en su casa

On 28 oct, 2015 By Fidelaw With 0 Comments

La alta cocina está en auge y cada vez más, los "chefs" son requeridos por firmas para campañas publicitarias, o colaboraciones profesionales con las que deslumbrar al consumidor y atraerlo como pieza clave de sobresalir sobre la competencia; un claro...

Miquel Alimentació ya es de capital chino

On 25 oct, 2015 By Fidelaw With 0 Comments

El gigante catalán alimentario ya ha formalizado su venta al grupo chino Bright Food, a través del cual suministrará sus productos a gran escala al gigante asiático. Fuente: www.expansion.com



La nueva Ley de Patentes, mas exigente

On 22 oct, 2015 By Fidelaw With 0 Comments

El pasado mes de Julio de aprobó la nueva Ley de Patentes, la cual entrará en vigor en Abril de 2017 y que será mucho mas exigente que la actual respecto de los requisitos legales de patentabilidad y por ende,...

TELÉFONO

960709346

FORMULARIO DE

Tu nombre

Tu email

Teléfono (requerido)

Tu mensaje

Acepto términos y condiciones

Expansión

Oracle
Digital
Day

¡Inscríbete!

#Oracle
DigitalSP

Oracle is
making
DIGITAL real



27 de
Octubre,
Madrid

INVENCIONES OPINIÓN

Un giro de 180° en el sistema de concesión de patentes en España



EXPANSION

POR FRANCISCO JAVIER SÁEZ | ELZABURU

Actualizado: 01/11/2015 23:22 horas

3 comentarios



La nueva Ley 24/2015, de patentes, cambia este panorama 180° al hacer que el examen de requisitos de patentabilidad sea obligatorio.

1. Claridad normativa

Actualización general de la Ley para adaptarla a un contexto nacional e internacional que ha cambiado sustancialmente desde 1986

Dispersión de normas:

- Reglamentos y Directivas Comunitarias: (CCP 1998)
- Sistemas Internacionales: EPO (1986), PCT (1989)
- OMC: Acuerdo Aspectos de Derechos APDIC (1995)
- Directiva Europea 98/44/CE sobre Biotecnología.
- Tratado de Derecho De patentes, PLT

Incoherencia entre legislación vigente y OEPM como Autoridad de Búsqueda y Examen del Sistema Internacional de Patentes PCT

El nuevo proyecto legal trata de adaptar nuestra legislación interna a estos cambios para evitar desventajas comparativas a quienes pretenden utilizar la vía nacional de protección de las invenciones

2. Reducción de cargas administrativas

Simplificar el sistema de concesión de patentes:

- Simplificación de requisitos y fluidez en el procedimiento
- Un único procedimiento de concesión
- Con examen previo

- Concesión rápida de patentes fuertes
- Mayor flexibilidad del Sistema

Evitar a los Tribunales la carga de anular patentes que nunca debieron ser concedidas

3. Apoyo al emprendedor

Ofrecer a empresarios, emprendedores individuales e instituciones públicas y privadas españolas una alternativa rápida y eficaz para proteger sus innovaciones mediante títulos sólidos

Facilitar al emprendedor la decisión para patentar en el extranjero

- Mayor seguridad jurídica al eliminar la posibilidad de monopolios injustificados
- Evitar gastos posteriores en tribunales

Normativas Nacionales



- **Ley 2/2011 de Economía Sostenible**



- **Ley 4/2011 de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación**



- **Ley 14/2013 de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización**



Se simplifica al máximo los requisitos para obtener fecha de presentación, armonizados por el Tratado sobre el derecho de patentes (PLT).

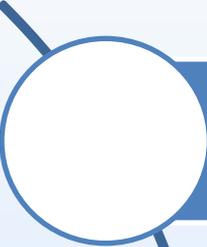
Se elimina el sistema opcional o a la carta estableciendo un Procedimiento único con Examen previo o sustantivo.

Integra la búsqueda con el examen técnico

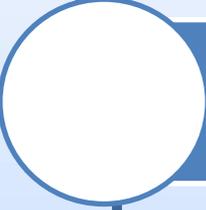
Se adelanta la búsqueda acelerando el procedimiento en un aspecto esencial para el interesado.

Se sustituyen las oposiciones previas por un sistema de oposición post-concesión

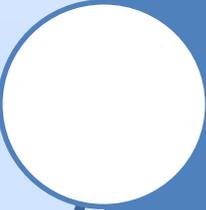
Posibilidad de invocar el restablecimiento de derechos para el plazo de prioridad en línea con lo establecido en los procedimientos internacionales y en el PLT.



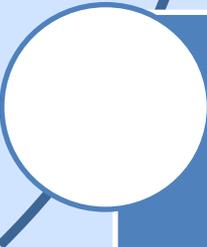
Procedimientos de revocación y limitación



En el proceso de nulidad se suprime la prohibición de anular parcialmente una reivindicación



Desaparecen las referencias al Juez de Primera Instancia y en su lugar se atribuye la competencia territorial al correspondiente Juez de lo Mercantil.



Conciliación en materia de invenciones de empleados y del arbitraje y la mediación como mecanismos para la solución extrajudicial de controversias.

Se regulan los siguientes títulos

Patentes

Modelos de Utilidad

**Certificados complementarios de protección de
medicamentos, y su prórroga,
y de productos fitosanitarios**

Legitimación

Ley
11/86

- Las personas naturales o jurídicas
- De nacionalidad española
- Extranjeras que residan habitualmente o tengan un establecimiento industrial o comercial efectivo y real en territorio español
- Extranjeras que se beneficien del CUP
- Extranjeras residentes en la OMC
- Principio de reciprocidad

Ley
24/2015

- Las personas físicas o jurídicas, incluidas las entidades de derecho público

Requisitos de patentabilidad

Novedad



Divulgaciones inocuas

Desaparecen los ensayos que no impliquen explotación u ofrecimiento comercial

Las exhibiciones deben ser en Exposiciones Internacionales

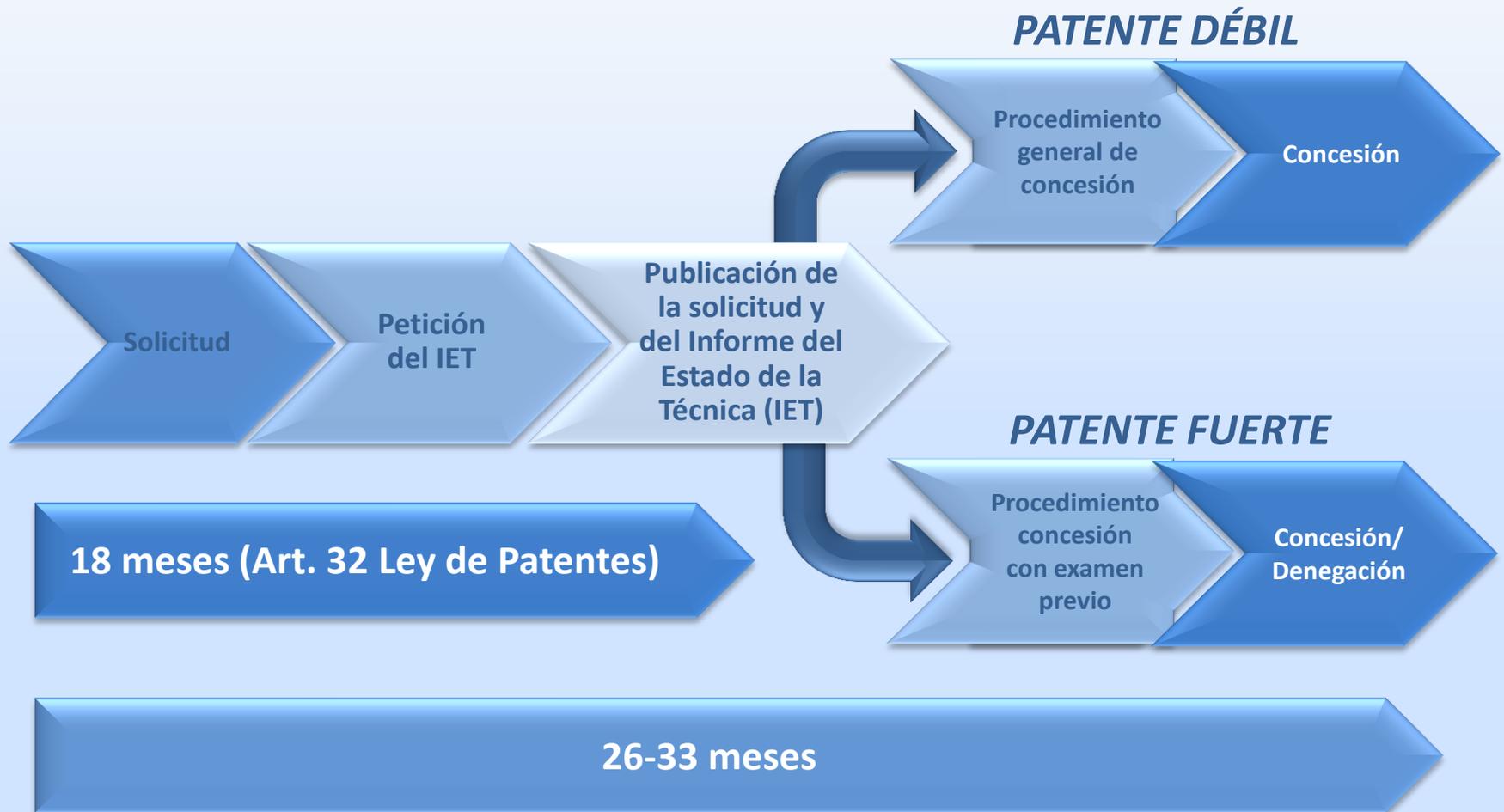


Prioridad

Prioridad interna

El documento de prioridad solo se exigirá si es relevante para determinar la patentabilidad de la invención.

Procedimiento Ley 11/86



Procedimiento Ley 24/2015

1. Admisión a trámite

2a. Examen de oficio

2b. Búsqueda

3. Publicación

4. Examen sustantivo y Resolución

5. Oposición

Presentación de la solicitud

Inicio del Procedimiento
Presentación de la solicitud
Electrónicamente
@e Electrónica

En papel

 MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO	 Oficina Española de Patentes y Marcas	FORMULARIO Nº SOLICITUD: P201400005
		FECHA Y HORA DE ENTRADA EN OEPM: 03-ENE'14 13:27
INSTANCIA DE SOLICITUD		FECHA Y HORA DE ENTRADA EN LUGAR DISTINTO A LA OEPM:
1. IDENTIFICACIÓN DE LA SOLICITUD		LUGAR DE PRESENTACIÓN: MADRID
		CODIGO: 28

Obligatorio para API y personas jurídicas (art. 14 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas)

Contenido de la solicitud

Instancia
Descripción
Reivindicaciones
Dibujos y, en su caso,
las secuencias
biológicas
Resumen

Tasa de
solicitud y
de IET

Materia biológica: origen
geográfico o fuente de
procedencia
Recurso genético:
información que los
usuarios están obligados a
conservar con arreglo al
Reglamento (UE) nº
511/2014

- No prejuzgará la validez
de la patente (ni
interrumpirá el
procedimiento)

Admisión a trámite

Lugar de presentación:

- OEPM
- Órgano competente de C.AA.
 - Oficina de Correos
 - Electrónicamente

Requisitos mínimos para obtener fecha de presentación

Una parte que a primera vista parezca constituir una descripción
En cualquier idioma
Traducción en el plazo de 2 meses desde depósito
denegada
Una referencia a una solicitud anterior

Los datos de identificación o contacto del solicitante

Una indicación, expresa o tácita, de que se solicita una patente

Notificación de defectos

2 meses desde notificación

No contesta o no subsana

desistida

Contesta subsanando:

la fecha de presentación: en que se subsanan los requisitos.

Falta de pago de las tasas

1 mes desde notificación

Comunicación conjunta de defectos

2 meses

Examen de defensa

Requisitos formales de la solicitud de patente y documentación que permitan la publicación

Examen técnico de exclusión de la patentabilidad

Si el objeto de la solicitud no está manifiestamente y en su totalidad excluido de la patentabilidad

Examen de Oficio

La presencia de defectos formales no suspende la realización del IET siempre que se pueda realizar

Búsqueda

Los defectos formales no interrumpirán la búsqueda



Exámenes previos a la elaboración

Falta de claridad (impeditiva de búsqueda significativa)

Falta de unidad de invención (tasas adicionales o divisional)

Requisitos de patentabilidad



Contenido

Informe sobre el estado de la técnica + opinión escrita

1ª comunicación del examinador de defectos técnicos

Publicación

Plazo

- Transcurridos 18 meses desde fecha de presentación o prioridad
- Antes a petición del solicitante

Requisitos

- Que la solicitud haya superado el examen de oficio

Medios

- Mención en BOPI
- Publicación de un folleto en INVENES

Consecuencias

- Apertura plazo observaciones de terceros (a la solicitud)

Examen sustantivo

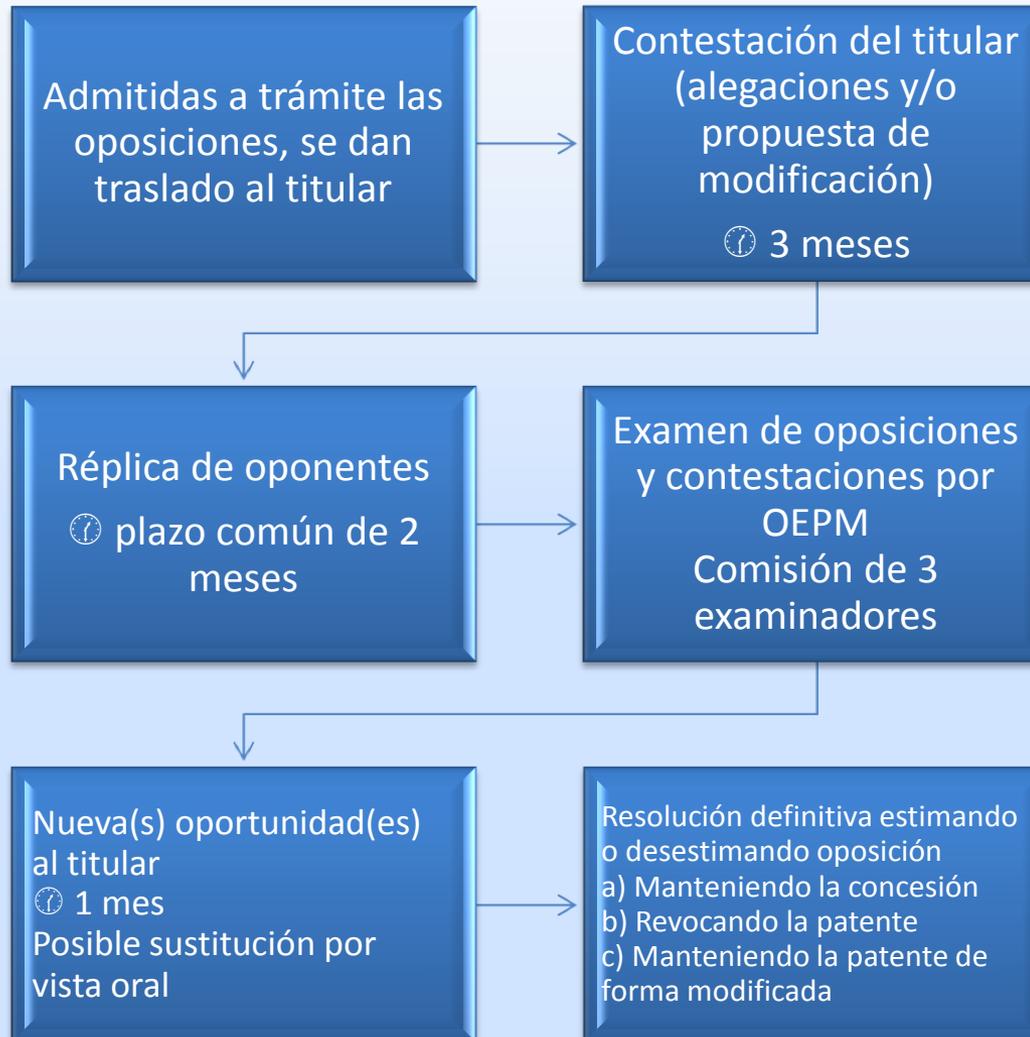
Petición de examen sustantivo

- Se puede presentar desde la presentación hasta 3 meses después de publicación IET
 - Exige pago de tasa.
 - Posibilidad de presentar observaciones, modificaciones... hasta fin de plazo.
- 

Realización del examen sustantivo:

- IET+OE es la 1ª comunicación al solicitante sobre requisitos
 - Posibilidad de búsqueda complementaria
 - Resoluciones:
 - Concesión directa
 - Denegación directa
 - Persistencia de defectos → Nuevas oportunidades (2meses)/vista oral
- Resolución definitiva
- 

oposiciones



Seis meses desde la publicación de la concesión

oposiciones

alegaciones

la falta de cualquiera
de los requisitos de
patentabilidad

la insuficiencia de la
descripción

que el objeto de la patente
excede el contenido de la
solicitud tal como fue presentada

requisitos

En modelo oficial + tasa

Suficientemente
motivada

TITULO XIII, MODELOS DE UTILIDAD

- La primera novedad importante es la equiparación del estado de la técnica relevante con el exigido para las patentes.
- Se amplía el área de lo que puede protegerse como modelo de utilidad, hasta ahora prácticamente restringido al campo de la mecánica, excluyendo tan solo, además de los procedimientos e invenciones que tienen por objeto materia biológica, que también lo estaban, las sustancias y composiciones farmacéuticas, entendiéndose por tales las destinadas a su uso como medicamento en la medicina humana o veterinaria.
- Se condiciona el ejercicio de las acciones de defensa del derecho a la obtención de un informe sobre el estado de la técnica.

Reducción de un 50 por ciento de las tasas abonadas por solicitud, realización del informe sobre el estado de la técnica y examen. Reducción del 50 por ciento en las tres primeras anualidades

Pyme y Emprendedor

Bonificación del 50% y hasta el 100% si las explotan, de todas las tasas a las Universidades Públicas.

Universidades Públicas

General tasas

Reducción de un 15 por ciento en el importe de las tasas vinculadas a la presentación electrónica

El pago de las anualidades deberá efectuarse dentro de los tres meses posteriores a la fecha de devengo, suprimiéndose los pagos anticipados



Aplicación de la Directiva de la Unión Europea a la Legislación Española

PRECEDENTES

- La Directiva 89/104/CEE de 21 de diciembre de 1988, hoy versión refundida en la Directiva 2008/95/CE, relativa a la aproximación de las legislaciones de los estados miembros en materia de marcas.
- Reglamento (ce) N° 40/94 del Consejo, Reglamento (CE) 207/2009 del Consejo de 26 de febrero de 2009 sobre marca comunitaria, próximamente Reglamento (UE) 2017/1001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de junio de 2017.

- Conclusiones del Consejo de 25 de mayo de 2010 sobre futura revisión del sistema de marcas en la UE:

Invitación a la Comisión a revisar la Directiva 2008/95 y el Reglamento 207/2009:

- Reducir la divergencia entre sistemas,
 - que las marcas nacionales sigan siendo atractivas.
-
- Otras consultas y evaluaciones preparatorias de la nueva Directiva: sigue habiendo ámbitos para una nueva armonización. Importantes efectos sobre la competitividad y el crecimiento.

Directiva (UE) 2015/2436 del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de diciembre de 2015.

- Objetivo: aproximar tanto las normas de Derecho material como las de procedimiento.
- Asimilar las principales normas procedimentales en los EM, dándoles libertad para establecer normas más específicas.

- La Ley 17/2001 ya incorporó:
 - las normas relativas a la marca como objeto de derecho de propiedad.
 - Las marcas colectivas,
 - Ciertas normas procedimentales.
- En el anteproyecto se pretende también la incorporación de ciertas mejoras normativas impuestas tanto por la experiencia práctica obtenida como por la jurisprudencia o doctrina científica.

LEGITIMACIÓN (solicitud)

Se otorga legitimación a cualquier persona física o jurídica, incluidas las entidades de derecho público.

- No es necesario precisar nacionalidad ni residencia ni de beneficios otorgados por convenios internacionales al efecto.
- Norma no impuesta por la directiva, pero la práctica ha aconsejado su adopción.

Mismo principio LP y Reglamento (CE) 207/2009.

Artículo 4. *Concepto de Marca.*

Podrán constituir marcas todos los signos, especialmente las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, los colores, la forma del producto o de su embalaje, o los sonidos, a condición de que tales signos sean apropiados para:

- a) distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas y
- b) ser representados en el Registro de Marcas de manera tal que permita a las autoridades competentes y al público en general determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular.

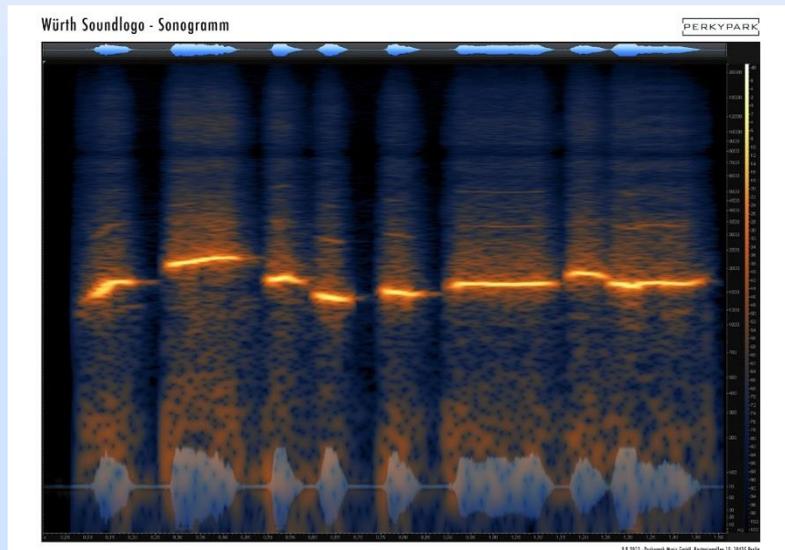
CONCEPTO DE MARCA

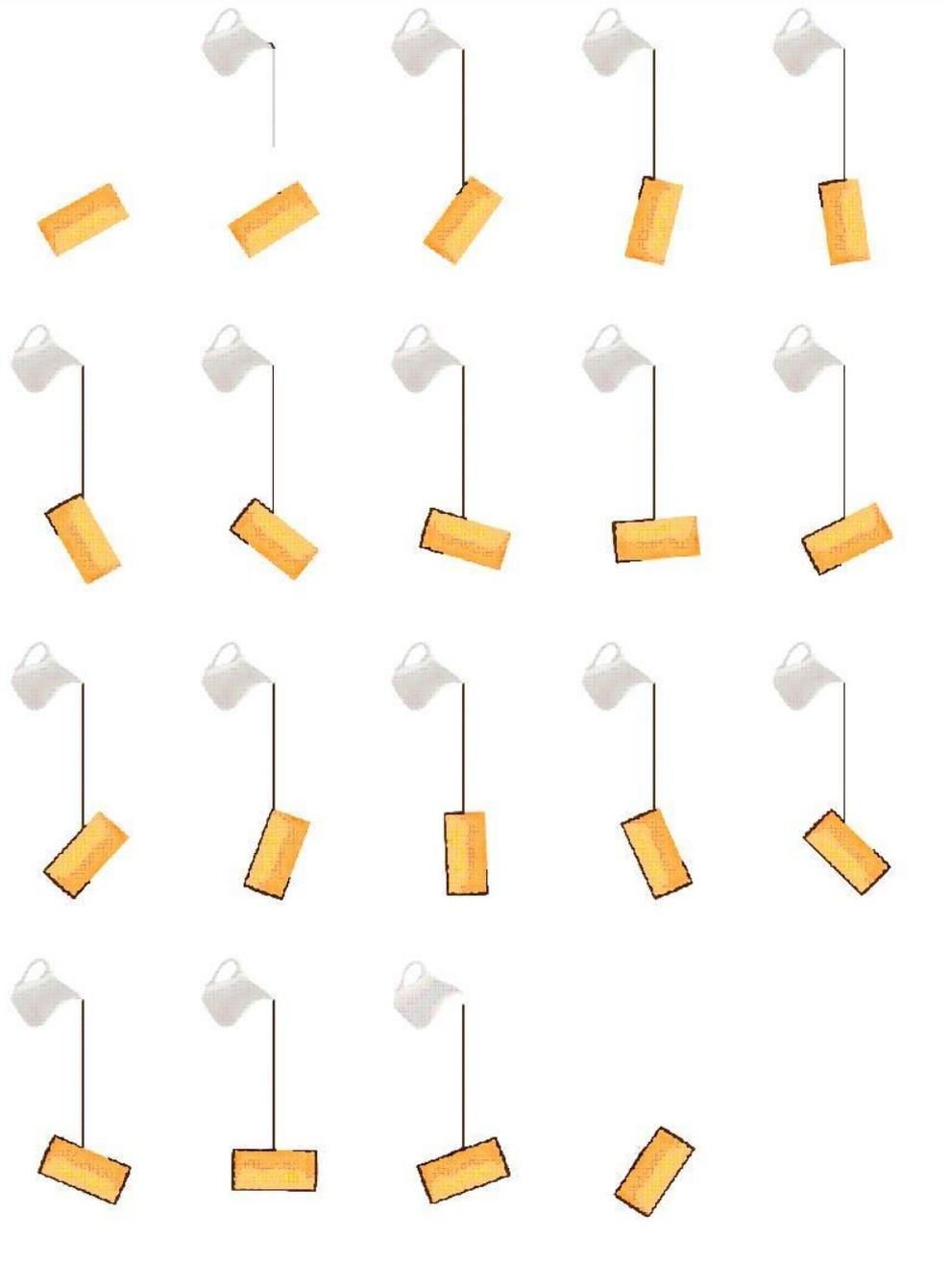
- El concepto de marca no se modifica, lo modificado es el requisito formal de la “representación gráfica”.
- Nueva Ley sólo exige que el signo sea susceptible de “representación”.
- Se da cabida así a los avances tecnológicos, que permitan una representación no gráfica de la marca (archivos de sonido o video, etc.).
- Esta representación ha de permitir determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada.



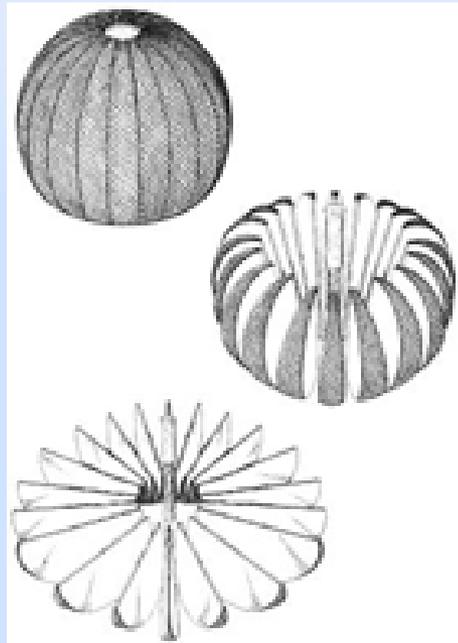
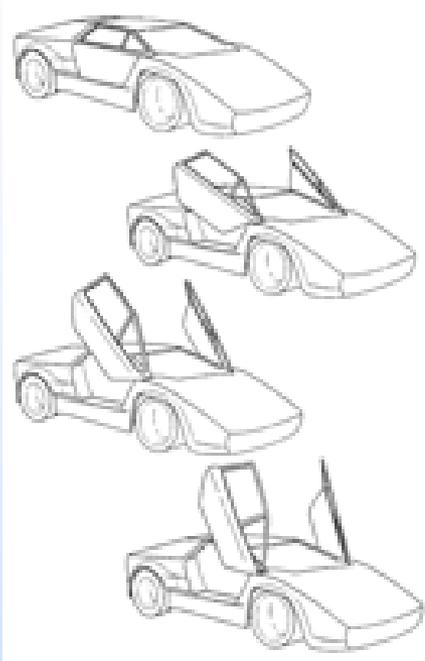


Ba da ba ba ba I'm lov-in' it.
A B C E D C B A A





La marca está formada por una secuencia animada que muestra un recipiente del cual se vierte chocolate sobre un producto de pastelería rectangular realizando un giro de 360 grados hasta quedar completamente cubierto de chocolate



PROHIBICIONES ABSOLUTAS I

- No se introducen modificaciones esenciales en el listado de prohibiciones absolutas. Aunque pasan de 11 a 14.
- Ampliación de la prohibición específica de la forma del producto a cualquier “**otra característica**” que venga impuesta por la propia naturaleza del producto, tenga un carácter funcional o dé un valor sustancial a dicho producto.



Nueva redacción a las prohibiciones de registro de signos que puedan afectar a **DOP e IGP**. Remisión a las normas legales de la UE o nacionales que las protegen para evitar errores interpretativos.

Misma metodología para la prohibición de registro de los **términos tradicionales de vinos y especialidades tradicionales garantizadas**.

Inclusión expresa de la prohibición de registrar como marca la **denominación de una variedad vegetal** anterior.



CPVO

Community Plant Variety Office
Oficina Comunitaria de Variedades Vegetales

PROHIBICIONES RELATIVAS I

Supresión distinción **marca notoria/marca renombrada**
y sustitución por : Marca renombrada.

- Identidad o semejanza entre los signos.
- No principio de especialidad.
- Marca renombrada en España o en la UE.
- Que con el uso se pretenda:
 - ventaja desleal del carácter distintivo o del renombre de la marca anterior,
 - o dicho uso sea perjudicial para dicho carácter distintivo o dicho renombre.



Se califica también como **prohibición relativa** (además de absoluta) la incompatibilidad de un signo con una **DOP o IGP**. (se crea un apartado 3 en el art. 9)

CONDICIONES:

1. Se hubiera presentado ya una solicitud de DO o de IG de conformidad con la legislación de la Unión o del Derecho nacional antes de la fecha de solicitud de registro de la marca o de DO o IG quede finalmente registrada .
2. Dicha DO o IG confiera a la persona autorizada, en virtud de la legislación aplicable para ejercer los derechos que se derivan de la misma, el derecho a prohibir la utilización de una marca posterior.»

- Regulación detallada de la **legitimación** para formular oposición.
 - a) ARTÍCULO 5.1, cualquier persona física o jurídica que se considere perjudicada.
 - b) ARTÍCULOS 6.1, 7.1 Y 8, los titulares de las marcas o nombres comerciales anteriores así como los licenciatarios facultados por los titulares de dichas marcas o nombres comerciales.
 - c) ARTÍCULO 9, APARTADO 1, los titulares de los derechos anteriores.
 - d) ARTÍCULO 9, APARTADO 3, las personas autorizadas a ejercer en virtud de la legislación aplicable los derechos que se derivan de la correspondiente denominación de origen o indicación geográfica protegida.
 - e) ARTÍCULO 10, APARTADO 1, los titulares de las marcas contempladas en dicho apartado.

Consolidación de prácticas existentes:

- las oposiciones se pueden formular en base de una pluralidad de derechos anteriores siempre que pertenezcan al mismo titular,
- y en base de la totalidad o parte de los productos o servicios para los que estén protegidos.
- Igualmente se regula la posibilidad de que la oposición se formule contra una parte de los productos o servicios.

PRUEBA DE USO EN OPOSICIÓN

Si lo pide el solicitante, el oponente deberá aportar pruebas de que en los 5 años anteriores a la fecha de presentación o de prioridad de la marca solicitada objeto de oposición, la/s marca/s oponentes han sido usadas, o que si no lo han sido, hay causas que justifiquen dicha falta de uso.

Condición: que en dicha fecha de presentación o prioridad de la marca posterior la marca anterior lleve registrada al menos cinco años.

La OEPM dará traslado de la petición al oponente para que presente la prueba de uso. Y posteriormente, dará traslado al solicitante de la prueba presentada para que presente sus alegaciones.

Si la marca anterior se ha utilizado solamente para una parte de los productos o de los servicios para los que haya estado registrada, a efectos del examen de la oposición formulada, se considerará registrada solamente para dicha parte de los productos o servicios.

Lo anterior será también de aplicación cuando la marca anterior sea una marca de la Unión. En tal caso, el uso efectivo de una marca de la Unión se determinará de acuerdo con lo establecido en el artículo 15 del Reglamento (CE) nº 207/2009.»

OBSERVACIONES DE TERCEROS

- Órganos de las Administraciones Públicas.
- Asociaciones y organizaciones de ámbito nacional o autonómico, que tengan como finalidad la protección del consumidor.
- *Consejos Reguladores u órganos rectores de las DOP e IGP.*



- El título podrá expedirse por medios electrónicos.
- La limitación o modificación de la solicitud, cuando se efectúe de modo espontáneo por el solicitante y no como consecuencia de un suspenso decretado de oficio, dará lugar al pago de la tasa correspondiente.
- **Renovación total** de la marca: bastará con el **pago de las tasas de renovación** para dar por renovada la marca.

DERECHOS CONFERIDOS POR LA MARCA

- *Ius prohibendi*: El registro de una marca conferirá a su titular un derecho exclusivo sobre la misma.
- Se introduce la cláusula del art. 16,1 ADPIC:
 - sin perjuicio de los derechos adquiridos por los titulares antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o de la fecha de prioridad de la marca registrada.

ACTOS QUE INTEGRAN EL IUS PROHIBENDI

- a) Colocar el signo en los productos o en su embalaje.
- b) Ofrecer los productos, comercializarlos o almacenarlos con dichos fines u ofrecer o prestar servicios con el signo.
- c) Importar o exportar los productos con el signo.
- d) Utilizar el signo como nombre comercial o denominación social, o como parte de un nombre comercial o una denominación social.

e) Utilizar el signo en los documentos mercantiles y la publicidad.

f) Usar el signo en redes de comunicación telemáticas y como nombre de dominio.

g) Utilizar el signo en la publicidad comparativa de manera que vulnere la Directiva 2006/114/CE.



MERCANCIAS PROCEDENTES DE TERCEROS PAÍSES

El titular de una marca registrada tiene derecho a impedir que terceros introduzcan productos en España, sin que sean despachados a libre práctica, cuando:

- se trate de productos (incluido el embalaje) que provengan de 3os países,
- y lleven sin autorización una marca idéntica a la marca registrada o que no pueda distinguirse en sus aspectos esenciales.

EXTINCIÓN DE ESTE DERECHO:

Si durante el procedimiento para determinar si se violó la marca registrada (Reglamento 608/2013), el declarante o el titular de los productos acredita que el titular de la marca registrada no tiene derecho a prohibir la comercialización de los productos en el país de destino.



LICENCIATARIOS: LEGITIMACIÓN ACCIONES VIOLACIÓN

PPIO GENERAL: NECESITA CONSENTIMIENTO DEL
TITULAR.

LICENCIATARIO EXCLUSIVO

DERECHO A INTERVENIR PARA OBTENER
INDEMNIZACIONES.

NULIDAD y CADUCIDAD:

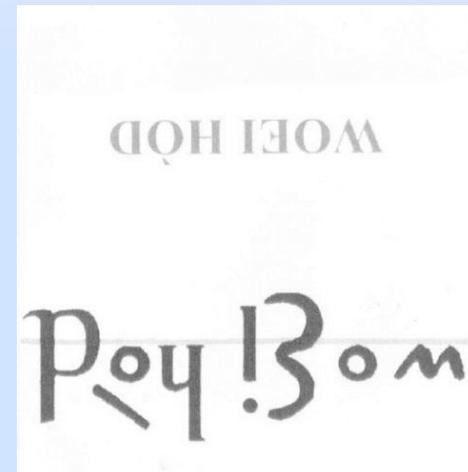
Competencia:

- Directa: OEPM.
- Indirecta: TJ por medio de una demanda reconvenzional en el seno de una acción por violación de marca.

Causas de nulidad:

Art. 51: ABSOLUTAS: art. 5.1 LM. Mala fe.

- Acción imprescriptible.
- No podrá declararse la nulidad de una marca, cuando habiéndose registrado a pesar de ir contra lo establecido en el art. 5.1. b), c) o d) si hubiese adquirido carácter distintivo antes de la fecha de presentación de la solicitud de nulidad o dda. reconv.
- Si la causa de nulidad existe sólo para parte de los p/s, la declaración se extenderá únicamente a los mismos.



Causas de nulidad relativas.

Art. 52: art. 6, 7, 8, 9 y 10.

- PRESCRIPCIÓN ACCIÓN POR TOLERANCIA de
USO:

Se excluye la prescripción en el caso de las
marcas de agente.

CADUCIDAD:

- A INSTANCIA DE PARTE: solicitud ante la OEPM
o dda reconv. Causas:

- falta de uso.
- vulgarización de la marca.
- se haya convertido en engañosa.

- DE OFICIO:

- Falta de renovación.
- Objeto de renuncia .

RENUNCIA DE LA MARCA

El titular puede renunciar a todos o a parte de los p/s para los que se registró la marca.

Se debe presentar por escrito y sólo tendrá efectos una vez inscrita.

No puede admitirse:

- si existen derechos reales, opciones de compra, embargos o licencias inscritos sin consentimiento de sus titulares.
- Ni si existe una acción reivindicatoria sobre la marca sin consentimiento del demandante.

CADUCIDAD POR FALTA DE USO

En la solicitud o dda reconv de caducidad, el titular deberá demostrar que ha usado la marca o que han existido causas que justificaran su falta de uso.

No podrá declararse si en el plazo entre la expiración del plazo de 5 años desde la fecha de registro firme y la presentación de la sol o dda, se hubiera reanudado un uso efectivo de la marca.

Si la reanudación se produce en los 3 m anteriores a la presentación de la sol o dda, no se tendrá en cuenta si la reanudación se hubiese producido después de haber conocido que se podía presentar.

LEGITIMACIÓN para NULIDAD y CADUCIDAD.

- POR CAUSA DE NULIDAD ABSOLUTA O DE CADUCIDAD POR FALTA DE USO, POR VULGARIZACIÓN DE LA MARCA, O CUANDO SE HAYA CONVERTIDO EN ENGAÑOSA:

- cualquier persona física o jurídica
- las agrupaciones u organismos que representen a fabricantes, productores, prestadores de servicios, comerciantes o consumidores.

- NULIDAD RELATIVA: titulares de los dchos anteriores en que se base la nulidad.

- Escrito motivado y documentado.
- Tasa.
- Contra la totalidad o parte de los p/s para los que está registrada la marca.
- Sol. de nulidad: sobre la base de uno o más dchos anteriores si son del mismo titular.

- Recibida la sol, la OEPM dará traslado al titular marca impugnada. Éste podrá pedir la prueba de uso de la marca anterior. La OEPM dará traslado de la petición al titular de la marca anterior para que aporte la prueba de uso, y se dará traslado nuevamente al titular de la marca impugnada para que presente alegaciones.
- Si no hay pruebas, la solicitud se desestimarán.
- Si sólo se prueba que la marca anterior ha sido usada para una parte de los p/s para los que se registró, a efectos del examen de nulidad, se entenderá registrada sólo para esos p/s.
- Marcas UE: art. 15 Regl. CE 207/2009.

EFFECTOS DE LA CADUCIDAD Y DE LA NULIDAD

CADUCIDAD: Deja de tener efectos desde la fecha de presentación de la solicitud de caducidad o de la prioridad, sin perjuicios de que por resolución o sentencia se podrá fijar otra fecha anterior.

NULIDAD: Se considerará que la marca no ha tenido efectos desde el principio.

Efectos retroactivos de la declaración de nulidad o caducidad: NO AFECTARÁ A:

- A las resoluciones sobre violación de la marca firmes y hubieran sido ejecutadas antes de la declaración.
- A los contratos finalizados antes de la declaración.

La modificación del Reglamento 207/2009 ha impuesto la obligación de que las solicitudes de marcas UE se presenten únicamente ante la EUIPO.

Desaparece el artículo que permitía la presentación en la OEPM de estas marcas y la tasa (que comprendía la recepción y transmisión de las mismas a la ahora EUIPO).

- Los procedimientos sobre marcas y nombres comerciales iniciados antes de la entrada en vigor de esta ley, seguirán rigiéndose por la normativa anterior.
- Las marcas y nombres comerciales concedidos durante la vigencia de la leyes anteriores, se registrarán por la presente ley.
- La competencia directa de la OEPM para conocer de las solicitudes de nulidad y caducidad se retrasa al 14 de enero de 2023. Hasta entonces la competencia es de los TJ civiles, pero serán aplicables las normas sustantivas del nuevo Tit. VI



MUCHAS GRACIAS

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)