

SERIE | Propiedad Intelectual y las Empresas

NÚMERO

5

DM2007



Una Puntada A Tiempo

El Uso Inteligente de
la Propiedad Intelectual
en las Empresas Del
Sector Textil

SERIE | Propiedad Intelectual y las Empresas

NÚMERO

5

Una Puntada A Tiempo

El Uso Inteligente de
la Propiedad Intelectual
en las Empresas Del
Sector Textil

Publicaciones de la serie

“LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y LAS EMPRESAS”:

- 1. El secreto está en la marca:** introducción a las marcas dirigida a las pequeñas y medianas empresas. Publicación de la OMPI N.º 900.
- 2. Lo atractivo está en la forma:** introducción a los diseños industriales dirigida a las pequeñas y medianas empresas. Publicación de la OMPI N.º 498.
- 3. Inventar el futuro:** introducción a las patentes dirigida a las pequeñas y medianas empresas. Publicación de la OMPI N.º 917.
- 4. Expresión creativa:** introducción al derecho de autor dirigida a las pequeñas y medianas empresas. Publicación de la OMPI N.º 918 (de próxima publicación).

Todas las publicaciones están disponibles en la librería electrónica de la OMPI en la dirección siguiente: www.wipo.int/ebookshop

Descargo de Responsabilidad: La presente publicación ha sido adaptada y reproducida con la autorización expresa de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), que es titular de los Derechos de Autor sobre la versión original en español, disponible en www.wipo.int/sme/es/documents/guides/. La OMPI no se responsabiliza del grado de precisión o corrección de la versión adaptada de la publicación ; dicha responsabilidad recae exclusivamente en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI). La información contenida en esta guía no se trata de sustituir un asesoramiento jurídico profesional. Su objetivo principal se limita a proporcionar información básica sobre el tema en cuestión.

ONAPI Copyright (2008). La OMPI es titular de los Derechos de Autor sobre la versión original en inglés (2005).

Ninguna parte de esta publicación podrá ser reproducida o transmitida de forma alguna ni por ningún medio, ya sea electrónica o mecánicamente, salvo si la ley lo permite, sin permiso previo del titular del derecho de autor.

Tabla de contenido

1. LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN	4
2. DISEÑO INDUSTRIAL	5
3. PATENTES	17
4. MARCAS	49
5. LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (P.I.) EN EL EXTERIOR	66

Esta publicación fue realizada gracias a la cooperación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la financiación de la Oficina Coreana de la Propiedad Intelectual (KIPO).

www.wipo.int/sme/es

www.kipo.go.kr

1. La propiedad intelectual en la industria de la confección

“En el campo de la observación, la suerte sólo favorece a la mente preparada.”

Louis Pasteur, quien descubrió “accidentalmente” el tejido que pasaría a denominarse rayón, mientras realizaba investigaciones para descubrir la seda artificial.

Durante los últimos 50 años la innovación ha revolucionado los tres sectores principales de la industria textil y de la confección: las prendas de vestir, los tejidos del hogar y los tejidos técnicos. La aparición de la licra ha cambiado definitivamente la industria de la moda femenina y de los tejidos deportivos. Gracias a los monos de algodón tratados con el retardador químico de llama *Proban* y a las capuchas fabricadas con *Nomex*, un tejido resistente a las llamas, se ha podido salvar las vidas de bomberos de todo el mundo. Con el uso de nuevos tejidos también se ha logrado que los muebles sean más duraderos, cómodos y atractivos.

No hay ninguna duda del enorme valor que posee el capital

intelectual en la industria textil y de la confección. Sin embargo, muchas pequeñas y medianas empresas (*PYME's*) otorgan escasa o nula importancia a la protección de sus activos intelectuales. En el entorno actual la fuente principal de ventajas competitivas para las empresas viene de la mano de la innovación y de las expresiones creativas originales. Los directores de empresa tienen que reconocer a tiempo esos activos intangibles tan valiosos, determinar su relevancia desde el punto de vista empresarial y llevar a cabo análisis de costos y beneficios para determinar cuáles de ellos han de protegerse mediante los mecanismos que ofrece el sistema de propiedad intelectual (P.I.).

“Las PYME's del sector textil y de la confección que están cerrando son las menos innovadoras. Entre las escasas respuestas existentes ante la creciente competencia (desde Asia sobre todo) figuran la tecnología, los conocimientos especializados, una cadena de suministro más rápida, una gestión más adecuada de la propiedad intelectual y una respuesta rápida”. *Silvia Grandi, Coordinadora del proyecto FP6 Fashion Net (European Innovation/julio de 2005)*

En la presente guía se examina la gestión y el uso estratégico de los derechos de P.I. para reducir riesgos, establecer vínculos de cooperación y fomentar la competitividad de todo tipo de empresas del sector textil.

2. Diseño industrial

¿Qué es el Diseño Industrial?

Se considera como diseño industrial, cualquier reunión de líneas o combinaciones de colores o cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, que se incorpore a un producto industrial o de artesanía para darle una apariencia especial, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto.

La moda constituye el factor básico de la industria textil y de la confección, ya que todas las temporadas se introducen en el mercado nuevos diseños de tejidos. Entre la gama de instrumentos de P.I., la protección de los diseños industriales, denominados simplemente diseños, es la que guarda una relación más estrecha con la industria de la moda. Registrando los diseños,

sus propietarios pueden impedir que otros exploten sus aspectos estéticos u ornamentales más originales, ya sean sus características tridimensionales, como determinadas formas atractivas, o sus rasgos bidimensionales, como el estampado de un tejido que resulta agradable a la vista.

Ejemplo

Diseño Modas



Los diseños de **Traje Típico Nacional** realizados por Carlos De Moya, novel diseñador dominicano que integra elementos como hueso, ámbar, larimar, semillas de peonía hasta un tocado para el pelo simbolizando la Flor de la Caoba, nuestra flor Nacional.

La industria de la moda y de la confección invierte enormes sumas para crear diseños nuevos y originales cada temporada. A pesar de esas inversiones tan importantes, casi no se recurre a la correspondiente legislación nacional o regional sobre diseños para registrarlos y protegerlos.

En República Dominicana la protección conferida a un diseño industrial, no excluye ni afecta la protección que pudiera corresponder al mismo diseño en virtud de otras disposiciones legales, en particular, las relativas al **derecho de autor**. En algunos países, cabe proteger adecuadamente los diseños como obras de artes aplicadas por medio de la legislación de derecho de autor. Sin embargo, con frecuencia se aduce como motivo para no registrar esos diseños el hecho de que el corto ciclo de vida del producto no justifica los costos financieros y el tiempo que conlleva esa operación. En la práctica, las razones para registrar un nuevo diseño tiene que considerarse en función de cada caso. Registrando el diseño, será más fácil impedir que otros lo copien y se podrá luchar contra los competidores poco escrupulosos que recurren a esas tácticas.

Además, proteger los diseños no siempre supone una importante carga financiera. Algunos países y regiones, como el Reino Unido y la Unión Europea (UE), ofrecen una forma de protección no registrada para los diseños industriales durante un período de tiempo relativamente breve. Esa forma de protección, cuando está contemplada en la legislación, es muy útil para los diseñadores o las pequeñas empresas del sector de la moda que cuentan con presupuestos limitados, así como para todos quienes deseen poner a prueba sus nuevos diseños en el mercado antes de decidirse a registrarlos. Con arreglo a los **derechos previstos por la UE para los diseños comunitarios no registrados**, se obtiene la protección durante un período máximo de tres años, a partir de la fecha en que se ha puesto por primera vez el diseño a disposición del público en cualquiera de los países de la Unión Europea. Cabe observar igualmente que muchos países permiten registrar gran número de diseños distintos (10, 20 o incluso 50) en una única solicitud, siempre y cuando todos ellos guarden relación con el mismo producto o "clase" de productos.

¿Cómo Obtener la Protección de los Diseños Industriales (D.I.)?

La protección de los diseños industriales, se obtienen, a través del registro ante la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI). Puede conseguirse una solicitud del registro en línea, a través de la dirección www.onapi.gov.do. Para el registro de un diseño, contratar el servicio de un agente puede ser muy útil (en algunos países es obligatorio).

¿Qué Derechos Están Contemplados en la Protección del D.I.?

La protección de un diseño industrial confiere a su titular el derecho de excluir a terceras personas de la explotación del diseño industrial. En tal virtud, y con las limitaciones previstas en esta ley, el titular tiene el derecho de actuar contra cualquier persona que, sin su autorización, fabrique, venda, ofrezca en venta o utilice, o importe o almacene para alguno de estos fines, un producto que reproduzca o incorpore el diseño industrial protegido, o cuya apariencia dé una impresión general, igual a la del diseño industrial protegido.

Ejemplo:

► CASO BRIMFUL DESIGNS – PAKISTÁN



Durante los últimos siete años, *Brimful Designs*, un estudio de diseño radicado en Lahore (Pakistán), ha producido y comercializado una marca de prendas de vestir estampadas en algodón bajo la etiqueta **Yahsir Waheed Designer Lawn** que goza de excelente éxito y calidad. Sin embargo, en 2003 la existencia misma de la empresa se vio amenazada por la falsificación a gran escala, debido a que inundaron el mercado copias de calidad inferior

de los diseños originales para su colección de primavera y verano que se vendían bajo distintas marcas a un tercio del precio del producto

original. Además, los vendedores utilizaban el catálogo de productos de *Yahsir Waheed Designer Lawn* para vender los diseños falsos, confundiendo de esta forma a su fiel clientela.

La respuesta negativa de los clientes provocó la rápida caída en la cuota de mercado de la empresa. *Brimful* consultó a expertos locales en un seminario de formación de P.I. organizado por el Organismo de Desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas (SMEDA) del Pakistán, quienes le recomendaron buscar la protección prevista en el Decreto sobre Diseños Industriales de 2000. La empresa contrató los servicios de un asesor jurídico y desde 2004 ha registrado todos los diseños de la colección *Yahsir Waheed Designer Lawn* con el fin de disuadir a los infractores y poder emprender demandas judiciales.

De momento, la batalla continúa pues aunque los infractores ya no reproducen exactamente los diseños, las copias son lo bastante similares como para confundir a los compradores. A pesar de que ya se puede recurrir a distintos tipos de asesoramiento jurídico en materia de P.I., se trata de un mecanismo que sigue siendo caro en Pakistán. Los propietarios de *Brimful* indican que el procedimiento para obtener y ejecutar un mandamiento judicial lleva demasiado tiempo. A ese respecto, preferirían que las autoridades tomaran medidas punitivas más severas contra quienes violan los derechos de P.I. en el sector textil a fin de que la legislación para la protección de los diseños sea realmente eficaz y se refrenen los actos de copia a gran escala

(Revista de la OMPI, mayo junio de 2005)

www.yahsirwaheed.com/enter.htm

¿Qué puede ser registrado como DI?

Un diseño industrial se protege si cumple con características que lo cataloguen como un producto “nuevo” y posea un “carácter singular”.

Se considera nuevo un diseño industrial si no ha sido divulgado o hecho accesible al público, en ningún lugar del mundo, mediante una publicación, la comercialización, el uso o cualquier otro medio, antes de la fecha en que la persona que tiene derecho a obtener la protección presentará

en la República Dominicana una solicitud de registro del diseño industrial o, en su caso, la fecha de la prioridad reconocida. Un diseño industrial no se considera nuevo por el solo hecho de que presenta diferencias menores con otros anteriores.

Se considerará que posee un **carácter singular** cuando la impresión general que produzca en un usuario informado difiera de la impresión general producida en dicho usuario por cualquier otro diseño industrial. Al determinar si posee o no carácter singular, se tendrá en cuenta el grado de libertad del autor a la hora de desarrollar el diseño.

¿Qué **NO** puede ser protegido por derechos de Diseño Industrial?

Los diseños industriales que tengan alguna de las siguientes características no podrán ser protegidos:

- 1) Que su aspecto esté determinado únicamente por una función técnica y no incorpore ningún aporte arbitrario del diseñador.
- 2) Que consista en una forma cuya reproducción exacta fue-

se necesaria para permitir que el producto que lo incorpora sea montado mecánicamente o conectado con otro producto del cual constituya una parte o pieza integrante.

- 3) Que sea contrario al orden público, inmoral o que represente emblemas o símbolos patrios.
- 4) Que infrinja los derechos de autor.

¿Cómo registrar un diseño?

Se presentará la solicitud de registro de un diseño industrial (ver anexo IV) ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial donde se detallarán los datos del diseñador y del solicitante (en caso de no ser la misma persona); se adjuntarán reproducciones gráficas, tales como fotografías o muestras del producto que integran el diseño; las reivindicaciones que lo acompañan y el comprobante de pago de la tasa de solicitud. Si el solicitante no fuese el diseñador, deberán aportarse los medios de pruebas que demuestren cómo se adquirió el derecho a obtener el registro.

En la República Dominicana se puede solicitar el registro de diseños múltiples hasta un máximo de 20 diseños en una única

solicitud, siempre que todos se apliquen a un mismo producto o "clase" de productos. (ver **anexo II**).

PROCEDIMIENTO	TIEMPO	OBSERVACIONES
1 Solicitud	-	<ul style="list-style-type: none"> Al momento de recibir la solicitud un oficial de Servicio al cliente revisará la documentación a depositar y le hará las observaciones, si corresponde; luego se pagan las tasas establecidas.
2 Examen de Forma	30 días	<ul style="list-style-type: none"> Se notificará al solicitante si existe alguna objeción y se le otorgará un plazo de 30 días más, para enmendarse; si no tuviere que hacer ninguna corrección, vencido el plazo, se le notifica que deberá pagar las tasas correspondientes a la Publicación.
3 Publicación	30 días	<ul style="list-style-type: none"> Vencido este plazo si aun no se ha pagado la tasa correspondiente, la solicitud se considerará abandonada y se perderán las tasas que hubiese pagado ya, al momento de hacer la solicitud.
4 Oposición	30 días	<ul style="list-style-type: none"> Se da un plazo para corregir cualquier oposición que surja luego de publicado y se procederá al examen de fondo.
5 Examen de Fondo	30 días	<ul style="list-style-type: none"> Este se realizará una vez hayan pasado 6 meses a partir de la fecha de solicitud y si no existiere
6 Certificado de Registro y Publicación		<ul style="list-style-type: none"> Vencido el plazo de oposición, si no hay objeción, es otorgado el certificado de registro y se procede a pagar por la publicación de la certificación.

El sistema internacional de clasificación

Para facilitar las tareas de búsqueda y recuperación, los diseños industriales se clasifican o agrupan en clases que se indican en el formulario de solicitud, la clase de productos para los que pretende utilizar el diseño en cuestión. En la República Dominicana se usa la clasificación que figura en el Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales Véase: www.wipo.int/classifications/en/locarno/about/.

¿Qué es el “período de gracia”?

En la República Dominicana la legislación permite un período de gracia para proceder al registro de un año desde el momento en que el diseño se hace público mediante su divulgación o publicación. Para efectos de determinar la novedad no se tiene en cuenta la divulgación que hubiese ocurrido dentro de los doce meses anteriores a la fecha de

solicitud de registro, siempre que tal divulgación hubiese resultado directa o indirectamente de actos realizados por el diseñador o su causahabiente, o de un abuso de confianza, incumplimiento de contrato o acto ilícito cometido contra alguno de ellos.

¿Cuánto tiempo dura la protección de un diseño industrial?

En la República Dominicana El registro de un diseño industrial vencerá a los cinco años, contados desde la fecha de presentación de la respectiva solicitud ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. Los titulares de derechos podrán renovar la protección de sus diseños por dos períodos adicionales de cinco años.

¿Cuánto cuesta proteger un diseño industrial?

Los costos reales varían sustancialmente de un país a otro, pero conviene tener en mente los distintos tipos de costos que puede suponer el proceso.

Precios en los servicios ofrecidos por la Oficina de la Propiedad Industrial para los Diseños Industriales

Concepto Tarifas (En RD\$)¹

DISEÑOS INDUSTRIALES

Solicitud por registro	RD\$ 4,274
Reclamo de prioridad simple	RD\$ 1,943
Pago 1ra. Publicación	RD\$ 2,914
Examen fondo	RD\$ 6,449
Publicación de la concesión	RD\$ 3,885
Tasa por prorroga de registro: Primer período	RD\$ 7,770
Segundo período	RD\$ 11,655
División del registro de Diseño Industrial	RD\$ 4,274
División de la solicitud de Diseño Industrial	RD\$ 4,274

ACTOS MODIFICATORIOS DE REGISTRO

Inscripciones de transferencia Art. 32, Ley 20-00	
Antes de la concesión	RD\$ 2,914
Después de la concesión	RD\$ 4,856
Constitución en garantía de un registro de Diseño Industrial	RD\$ 3,885
Inscripción de Licencias Contractuales de Explotación	RD\$ 3,108

SERVICIOS

Copias simples por paginas (expedientes, inscripción o Certificados, 5 por paginaBúsqueda en registros nacionales de Diseños Industriales	RD\$ 3,497
---	------------

ACCION DE NULIDAD ANTE LA DIRECCIÓN DE INVENCIÓNES

Acción de nulidad de Diseño Industrial	RD\$ 4,305
--	------------

PUBLICACIONES

Publicación por cambios en el registro/titular/domicilio/fusión y traspaso	RD\$ 2,642
Solicitud de certificación especial	RD\$ 971
Solicitud de duplicado de certificado de registro	RD\$ 3,885

¹ Precios vigentes al 2007, para mayor información visitar la página www.onapi.gob.do

¿Quién es el titular de los derechos afines a un diseño industrial?

El creador de un diseño, esto es, el diseñador, suele ser el primer titular del diseño, a menos que se den circunstancias especiales. Por ejemplo si un diseñador realiza un diseño determinado con arreglo a las condiciones establecidas en un contrato laboral, es decir,

durante sus horas de trabajo en las instalaciones de la empresa empleadora y como parte de las competencias que le hayan sido atribuidas dentro de esa empresa, el diseño (y los derechos afines) serán propiedad del empleador o le serán cedidos a dicha empresa mediante la firma de un contrato de cesión de derechos.

▶ ÉXITO DEL DISEÑO DE MODAS EN REPÚBLICA DOMINICANA



La Semana de la Moda Dominicana conocida como DOMINICANA MODA, creada con el fin de mostrar el talento de los diseñadores de moda de nuestro país cuya calidad y reconocimiento ha ido en aumento. El éxito que tuvo la Semana de la Moda de 2006 puso de manifiesto hasta qué punto ha avanzado la industria dominicana de ese sector, que ha pasado a ser un negocio serio, que crea riqueza gracias a los diseños y sitúa a los diseñadores dominicanos en la escena internacional.

La Semana de la Moda promueve exclusivamente la industria del diseño dominicano: prendas de vestir, accesorios, calzado y textiles. Asimismo, fomentan los concursos entre jóvenes diseñadores y ofrecen a los ganadores además de la posibilidad de presentar su primera colección en la Semana de la Moda premios en metálico.

Dominicana Moda se desarrolla con un criterio de moda abierto, siguiendo la tendencia mundial de marcar cada vez menos los cambios

de estación. En este evento se fusionan muchos estilos y podemos encontrar desde lo más clásico hasta lo más étnico fruto de nuestro sincretismo cultural.

LA APLICACIÓN DE LOS DISEÑOS INDUSTRIALES

¿Cómo puede usted hacer valer sus derechos respecto de sus diseños cuando alguien los imita, los reproduce sin su autorización o infringe de algún modo la ley que los protege?

Es importante saber que recae principalmente en el titular de los derechos la responsabilidad de identificar y emprender acciones judiciales contra la imitación de su diseño registrado o la conculcación de algún otro modo de sus derechos de propiedad intelectual. En otras palabras, es usted responsable de controlar la utilización que se haga de su diseño en el mercado, identificar a cualquier posible imitador o falsificador y decidir si conviene emprender acciones judiciales contra ellos, de qué manera y en dónde.

Un abogado especializado en el campo de la propiedad intelectual suele ser el profesional

indicado para informarle sobre las posibilidades de emprender acciones judiciales en su país contra los imitadores, infractores o falsificadores y para asesorarle sobre cómo resolver la controversia.

Cuando considere que se están infringiendo sus derechos, como primera medida puede usted optar por enviar una carta al infractor conminándole a cesar la práctica ilegal e informándole del posible conflicto entre el diseño que está utilizando y los derechos exclusivos de los que es usted titular. Se recomienda contar con la asistencia de un abogado para redactar dicha carta. Si la infracción continúa, tal vez sea necesario emprender acciones judiciales contra el infractor.

Si sabe dónde se ubica la actividad del infractor, es posible actuar por sorpresa obteniendo previamente una orden de búsqueda y captura (emitidas normalmente por un tribunal competente o por la policía) para que se haga una redada sin que esté sobre aviso la persona o empresa infractora.

OTROS INSTRUMENTOS JURÍDICOS PARA PROTEGER DISEÑOS INDUSTRIALES

¿Qué diferencias hay entre la protección por medio del derecho de autor y la protección relativa a los diseños industriales?

En algunos países, se contempla en la legislación aplicable la posibilidad de proteger determinados diseños por medio del derecho de autor, por ejemplo, los diseños del sector de los textiles y tejidos.

Antes de tomar una decisión sobre la mejor manera de proteger un diseño, conviene saber las diferencias entre las dos formas de protección, entre las que se encuentran las siguientes:

- a) Registro:** En virtud de la legislación relativa a los diseños industriales, por lo general es obligatorio registrar un diseño industrial, previa presentación de la solicitud de registro por parte del solicitante, antes de publicar el diseño o darlo a conocer de alguna otra manera, o al menos en el país en el que se pretende obtener la protección.
- b) Duración:** Por lo general, la protección de los diseños industriales dura un período que puede

variar entre 5 y 15 años según el país de que se trate. Debe tenerse en cuenta que el proceso de registro de los diseños industriales puede llevar un tiempo, lo cual no siempre resulta adecuado para productos que dependen de las tendencias del momento (productos de moda). En la República Dominicana, el derecho de autor tiene vigencia durante la vida del autor y 70 años después de su muerte.

- c) Alcance de la protección:** El derecho que se obtiene al registrar un diseño industrial es un derecho absoluto en el sentido de que el eventual plagio se considera infracción tanto si ha sido deliberado como si no. Para hacer valer los derechos adquiridos en virtud de la legislación relativa al derecho de autor, el titular debe demostrar que la obra supuestamente ilícita es una reproducción directa o indirecta de la obra protegida por el derecho de autor.
- d) Tipos de productos:** En la mayoría de los países, no todos los diseños pueden protegerse con bajo la legislación del derecho de autor, sino principalmente los que pueden considerarse obras de arte. Aunque la distinción no está siempre

clara, en el caso de algunos diseños, como la forma de los productos manufacturados, es poco probable que puedan protegerse con arreglo a la legislación del derecho de autor, si bien otros, como los diseños textiles, suelen estar cubiertos por ambas formas de protección.

- e) **Costos:** Registrar su diseño en los países que le interesen significa que tendrá que pagar las tasas que sean de aplicación. Además, puede ser útil o necesario recurrir a los servicios de un agente de PI para que le ayude a redactar la solicitud, lo que supondrá más costos.

¿Cuándo puede protegerse un diseño en virtud de la legislación en materia de marcas?

Una marca es un signo distintivo (generalmente una palabra, un logotipo o una combinación de ambos) que sirve para distinguir los productos de una empresa de los de otras. Es aconsejable consultar con un agente de PI para decidir si un diseño dado puede considerarse una **marca tridimensional**.

La protección de las marcas tiene la ventaja de ser renovable por tiempo indefinido por períodos de 10 años, mientras que la protección de los diseños industriales se limita a un período de tiempo determinado (por lo general, de 5 a 15 años). También puede haber diferencia en los costos de registro de las marcas, en comparación con la protección de los diseños industriales. Según la naturaleza del ordenamiento jurídico de la República Dominicana, los dos tipos de protección pueden coexistir.

¿Protegen los diseños las leyes sobre competencia desleal?

Los diseños industriales están protegidos por las leyes relativas a la competencia desleal. Así, un diseño puede estar protegido contra los actos de competencia desleal, entre los que se incluyen concretamente la imitación servil, los actos que puedan dar lugar a confusión y los actos de imitación o utilización de la reputación de un tercero. Pero la protección en virtud de la competencia desleal es notablemente más débil, y las infracciones más difíciles de demostrar.

3. Patentes

“En el ámbito de los tejidos técnicos, la innovación viene impulsada por una competencia feroz y por las necesidades de los clientes: con frecuencia la puesta a punto de un nuevo automóvil o avión desencadena la creación de una nueva invención por parte de los proveedores de los tejidos técnicos que se emplearán en esos medios de transporte.” Lutz Walter, de la Organización Europea del Vestido y los Tejidos, Euratex

¿Qué es una Patente?

Una patente es un derecho exclusivo concedido por el Estado a una invención que es **nueva, implica una actividad inventiva** y es **susceptible de tener una aplicación industrial**.

Las innovaciones técnicas protegidas por patentes son una manera de obtener ventajas competitivas para las empresas del sector textil. A título de ejemplo, cabe mencionar el hecho de que por medio de una cartera de patentes es posible poner de manifiesto la superioridad técnica de una empresa en la invención de nuevos tejidos que no se arruguen o que sean más suaves o resistentes a los elementos,

etc., con lo cual es más fácil atraer la atención de los inversores o los socios comerciales.

¿Cómo es una invención que se considera nueva o nuevo?

Una invención es nueva si no forma parte del **estado de la técnica**. Se entiende por estado de la técnica todo lo que ha sido divulgado o hecho accesible al público, en cualquier lugar del mundo, mediante una publicación en forma tangible, una divulgación oral, la comercialización, el uso o cualquier otro medio, antes de la fecha de presentación de la solicitud de Patente en la República Dominicana o, en su caso, antes de la fecha de presentación de la solicitud extranjera, en cuya prioridad se reivindique conforme a la ley. También queda comprendido del estado de la técnica el contenido de una solicitud en trámite ante la ONAPI, cuya fecha de presentación o, en su caso de prioridad fuese anterior a la de la solicitud que se estuviese examinando, pero sólo en la medida en que ese contenido quede incluido en la solicitud de fecha anterior, cuando ésta fuese publicada.

¿Cuándo se considera que una invención implica una actividad inventiva?

Una invención tiene nivel inventivo si para una persona especializada o experta en la materia técnica correspondiente, la invención no resulta obvia ni se deriva de manera evidente del estado de la técnica pertinente.

¿Qué se entiende por “susceptible de aplicación industrial”?

Una invención es susceptible de aplicación industrial cuando su objeto puede ser producido o utilizado en cualquier tipo de industria. A estos efectos, la expresión industria se entiende en su más amplio sentido e incluye, entre otros, la artesanía, la agricultura, la minería, la pesca y los servicios.

¿Cuál es el requisito de divulgación?

Una **solicitud de patente debe divulgar la invención** de manera suficientemente clara y completa para que la invención sea realizada por una persona con aptitudes en el ámbito técnico específico. La solicitud incluirá una descripción, una o más reivindicaciones,

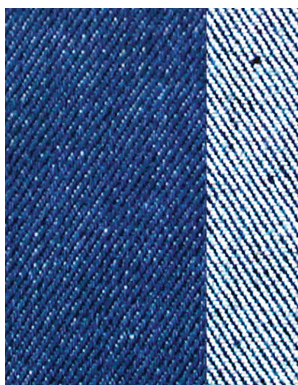
los dibujos que correspondan, un resumen, y el comprobante de pago de la tasa de presentación.

En algunos países, el derecho de patentes exige que el inventor divulgue la “**mejor manera**” de ejecutar la invención. Para las patentes de microorganismos, muchos países requieren que el microorganismo sea depositado en una **institución depositaria reconocida**. (Ver www.wipo.int/treaties/es/registration/budapest/index.html)

Depósito de Material Biológico o Microorganismos. Mientras no sean las instituciones autorizadas para recibir el depósito de material biológico necesario para la descripción de solicitudes relativas a microorganismos, el solicitante podrá realizar el mismo en cualquiera de las autoridades de depósito internacional reconocidas por el Tratado de Budapest, sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos en Materia de Presentación de Solicitud de Patentes.

EJEMPLO: Patentes Que Contribuyen A Mejorar La Calidad De Los Tejidos

Novozymes



Una empresa danesa de biotecnología especializada en las enzimas y los microorganismos (www.novozymes.com), ha sido pionera en el uso de enzimas en el tratamiento de los tejidos. Aunque la empresa carecía de experiencia en el ámbito de la moda, en 1987 puso a punto y patentó una tecnología para el tratamiento de pantalones vaqueros "deslavados". Esta tecnología se basa en una enzima denominada celulasa, que elimina parte del tinte de color indigo de la tela de los vaqueros dando la impresión de que está desgastada. Al cabo de tres años, la mayor parte de las empresas dedicadas al acabado de los vaqueros utilizaba la tecnología de la celulasa cedida en licencia por Novozymes. Actualmente, está distribuida en licencia por todo el mundo la tecnología desarrollada por Novozymes para mejorar los métodos de producción y acabado de los tejidos. La empresa posee más de 4.200 solicitudes de patentes y patentes en vigor, y lleva a cabo una estrategia dinámica de concesión de licencias para aprovechar al máximo los ingresos por regalías procedentes de sus activos de PI.

Suberis



La empresa italiana **Grindi Srl.** ha inventado la tela **Suberis**, una innovadora tela de corcho que, según se afirma, es suave como el terciopelo y ligera como la seda, no se rasga y no se mancha, además de ser lavable, impermeable y resistente al fuego. Tras ensayar y codificar el tratamiento, Grindi presentó una solicitud internacional en virtud del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) en 1998 a fin de proteger ese producto singular en un mayor número de países. La tela Suberis se utiliza en la fabricación de prendas de vestir, calzado y prendas deportivas, así como en numerosas aplicaciones. (Para saber más sobre Grindi Srl., véase www.wipo.int/sme/es/case_studies/suberis.htm)

DISEÑO ECOLÓGICO: Un Tejido "Tan Ecológico Que Puede Comerse"

La sostenibilidad se está convirtiendo en el término de moda en el diseño. El mercado ecológico se está ampliando rápidamente tanto en el sector textil como en otros sectores y cada vez son más las empresas que utilizan diseños ecológicos para diferenciarse de sus competidores.

Cuando el fabricante suizo de productos textiles Rohner Textil AG pasó a colaborar con el experto en diseño ecológico William McDonough, logró salir en primera plana de los periódicos, reducir costos y adquirir nuevos clientes. La empresa y el diseñador han producido conjuntamente un tejido de tapicería biodegradable que describen de la manera siguiente: es “tan ecológico que puede comerse”.

Aunque *Rohner* ya venía cumpliendo con la reglamentación en materia de medio ambiente de Suiza, los recortes que sobran en sus tejidos estaban incluidos en la categoría de desechos peligrosos. Al producir el nuevo tejido, Climatex® Lifecycle™, se introdujeron cambios fundamentales en todos los aspectos de la producción, del lugar de trabajo en la fábrica a la eliminación de todos los tintes y productos químicos tóxicos y al uso de productos orgánicos. Gracias a ello, los análisis muestran actualmente que el agua de desecho de Rohner es más limpia que a su entrada en la planta de fabricación, y los recortes de tejidos pueden procesarse para convertirlos en filtros utilizables en entretelas de tapicería o cubiertas orgánicas.

William McDonough señala lo siguiente: “Gracias a nuestro nuevo procedimiento, no sólo hemos evitado las respuestas tradicionales a los problemas medioambientales (reducción, reutilización, reciclaje), sino que también hemos eliminado la necesidad de estar sujetos a la reglamentación correspondiente, algo que cualquier empresario valorará enormemente.”

Foto de Rohner Textil AG



¿Por qué debe considerar la posibilidad de patentar sus invenciones?

La patente da a su titular el **derecho exclusivo** de impedir que otros fabriquen, utilicen, ofrezcan para la venta, vendan o importen un producto o un proceso basado en la invención patentada sin la autorización previa de su titular.

Una patente puede ser un **potencioso instrumento comercial**. Proporcionando exclusividad sobre un nuevo producto o proceso, la patente permite desarrollar una sólida posición en el mercado y obtener ingresos adicionales a través de la concesión de licencias. Un producto complejo (por ejemplo, una cámara, un teléfono móvil o un automóvil) puede incorporar varias invenciones que estén cubiertas por varias patentes, que pueden pertenecer a titulares diferentes.

Los derechos exclusivos que otorga una patente pueden ser cruciales para que las empresas innovadoras prosperen en un entorno comercial exigente, arriesgado y dinámico. Algunas de las razones fundamentales para patentar las invenciones son:

- **Una sólida posición en el mercado y una 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.
- **Aumento de los beneficios y mejor rendimiento de las**

inversiones. Si su empresa ha invertido una cantidad importante de tiempo y dinero en I+D, la protección por patente de las invenciones resultantes contribuirá a recuperar los gastos y obtener un mayor rendimiento de las inversiones.

- **Ingresos adicionales procedentes de la concesión de una licencia sobre la patente o de su cesión.** Como titular de una patente, puede ceder bajo licencia sus derechos sobre la invención a otros a cambio de sumas fijas y/o regalías, a fin de generar ingresos adicionales para la empresa. Vender (o ceder) una patente implica transferir la titularidad sobre la patente, mientras que una licencia solamente da permiso para utilizar la invención patentada.
- **Acceso a la tecnología mediante la concesión de licencias cruzadas.** Si su empresa está interesada en tecnología que es propiedad de otros puede utilizar las patentes de las que es titular su propia empresa para negociar acuerdos de concesión de licencias cruzadas, por los que su empresa y la otra parte acuerdan autorizarse mutuamente a utilizar una o más de

sus patentes respectivas según unas condiciones estipuladas en el acuerdo.

- **Acceso a nuevos mercados.** La cesión de patentes bajo licencia a otros puede proporcionar acceso a nuevos mercados, que de otro modo serían inaccesibles. Para hacerlo, la invención debe estar protegida también en los mercados extranjeros correspondientes.
- **Reducción de los riesgos de infracción.** Al obtener la protección por patente, podrá impedir que otros patentesen la misma invención, y reducirá también los riesgos de infringir los derechos de otros al comercializar sus productos.
- **Aumento de la capacidad de obtener financiación a un tipo de interés razonable.** La titularidad de patentes (o la licencia para utilizar las patentes detentadas por otros) puede aumentar su capacidad para obtener capital para poner un producto en el mercado. En algunos sectores (por ejemplo, la biotecnología), a menudo es necesario tener una importante cartera de patentes a fin de atraer a los inversores de capital de riesgo.

CASO: LAS NUEVAS PATENTES PUEDEN REVOLUCIONAR LA PRODUCCIÓN TEXTIL

En 2002, la compañía *Procter & Gamble* cedió a la *North Carolina State University* 37 patentes y solicitudes de patente en relación con invenciones que supondrían un hito en la tecnología de la producción textil. Se trata de una tecnología basada en la utilización de agentes catiónicos de blanqueadores de peróxido que pueden servir para reducir la temperatura, y por ende, los costos de fabricación de textiles.

Con la utilización de agentes catiónicos se atenúan las condiciones de blanqueamiento y las fibras de algodón conservan una mayor resistencia, en comparación con el procedimiento de blanqueamiento a alta temperatura que viene utilizándose hasta la fecha. El potencial que reviste la invención reside en el hecho de que permite un pre blanqueamiento eficaz del algodón bruto a temperatura ambiente. Además, con el desarrollo y la utilización eficaces de agentes catiónicos de peróxido se obtendría un acabado de calidad impresión permanente en una mayor gama de tejidos. Dicha invención, que deberá ser objeto de mayor exa-

men y experimentación, podría tener considerables repercusiones económicas en la producción textil y la fabricación de nuevos tipos de prendas de vestir más duraderas. En tanto que única propietaria de la tecnología, la *North Carolina State University* se beneficiará de toda ganancia que derive de la puesta a punto y comercialización de la misma.

Fuente: Comunicado de prensa de la North Carolina State University

SISTEMA PATENTADO GEOX BREATHES®

Cuando llegaron al mercado hace más de 50 años, los zapatos con suela de caucho supusieron un importante hito tecnológico, en la medida en que se trataba de un calzado impermeable que mantenía los pies secos y bien protegidos, en particular, en invierno. Ahora bien, el inconveniente de dicho calzado residía en que no permitía evacuar la transpiración, detalle no poco importante dado que en la planta de los pies se sitúa la tercera concentración mayor de glándulas sudoríparas. *GEOX* dio con una solución a ese problema mediante un sistema patentado simple pero revolucio-

nario. *GEOX* emprendió intensas actividades de investigación y desarrollo para dar con una membrana permeable al aire y compuesta por material especial microporoso que absorbe el sudor a través de la suela interior y la evacúa a través de la suela exterior a modo de vapor. Los microporos, más grandes que las moléculas de vapor de agua pero más pequeñas que las gotitas de agua, permiten mantener el agua al exterior y, por consiguiente, los pies secos, sin dejar de mantener una temperatura ideal dentro del calzado.

El equipo de investigación de *GEOX* emprendió también actividades encaminadas a dar con una solución al mismo problema que se plantea con las prendas textiles y descubrió un medio de absorber el aire caliente y la humedad en una cavidad formada en las prendas, evacuándolos por medio de orificios de aireación ubicados en el hombro. Dicha tecnología, patentada por *GEOX*, permite la evacuación natural de la transpiración y una regulación natural de la temperatura del cuerpo.

GEOX



LA INNOVACIÓN TEXTIL EN EL MUNDO DE LOS DEPORTES

El traje de baño FASTSKIN FSII, de *Speedo*®, que imita la piel del tiburón, se ha concebido de forma que reduzca la resistencia del agua y permita que los nadadores de competición ganen esos segundos que tanto cuentan en el marcador.

Son muchos los fabricantes de textiles que colaboran con empresas de fabricación de artículos y prendas de vestir de deporte para solucionar problemas concretos. Se han concebido materiales no inflamables y resistentes a la abrasión y el fuego para utilizarlos en las combinaciones y los cascos de pilotos de coches de carreras y de motos, lo que ha permitido reducir de forma considerable los accidentes mortales.

Speedo®



DOCUMENTACIÓN EN MATERIA DE PATENTES

Los documentos de patente contienen a veces información que puede contribuir a mejorar un producto, reducir el tiempo que lleva introducir dicho producto en el mercado y aumentar la calidad de los resultados obtenidos. Las empresas de la industria textil tienen la posibilidad de adquirir en licencia una tecnología patentada para adquirir ventajas competitivas o crear vínculos estratégicos de colaboración con otra empresa para tener acceso a la tecnología de esta última. Los documentos de patente contienen información sobre el estado de la técnica, lo que puede ayudar a una empresa a ahorrar dinero y tiempo.

Además de que permite cerciorarse de si una invención es susceptible de patentamiento,

una búsqueda oportuna y eficaz en las bases de datos sobre patentes permite obtener datos sumamente útiles en relación con lo siguiente:

- las actividades de I+D de la competencia, ya sea actual como futura;
- las tendencias del momento en una esfera específica de la tecnología;
- las tecnologías que pueden ser objeto de licencia;
- los proveedores e interlocutores comerciales potenciales y los investigadores;
- los posibles nichos de mercado a nivel nacional y en otros países;
- las patentes de terceros, velando así por que los productos no infrinjan los derechos sobre las mismas;
- las patentes que hayan expirado y la tecnología que haya pasado a formar parte del dominio público; y
- la evolución que se haya producido en relación con tecnologías ya existentes.

¿De qué otros instrumentos jurídicos dispone para proteger sus productos?

Esta parte se centra en las **patentes**. No obstante, en función del producto en cuestión, puede haber otros derechos de propiedad intelectual adecuados para proteger diversas características de un producto innovador. Algunos de ellos son:

- **Diseños industriales.** Puede obtenerse la exclusividad respecto de las características ornamentales o estéticas de un producto por medio de la protección de los diseños industriales, que en algunos países se denominan “dibujos y modelos industriales” o “patentes de diseño”.

La protección conferida a un diseño industrial por ley, no excluye ni afecta la protección que pudiera corresponder al mismo diseño en virtud de otras disposiciones legales, en particular, las relativas al derecho de autor.

- **Marcas.** El registro de las marcas proporciona exclusividad sobre los signos distintivos utilizados para distinguir los productos de una empresa de los de las demás.

- **Derecho de autor y derechos afines.** Las obras literarias y artísticas originales están protegidas mediante el derecho de autor y los derechos conexos. La protección mediante derecho de autor se aplica a una amplia variedad de obras, incluidos los programas informáticos, estos deberán ser debidamente registrados por ante la Oficina Nacional de Derecho de Autor (ONDA).

Las Patentes versus Secreto Comercial

Si hay probabilidades de que su invención cumpla con los requisitos de patentabilidad, su empresa se enfrentará a una decisión: conservar la invención como un secreto comercial, patentarla o velar por que nadie más pueda patentarla divulgándola (lo que se conoce comúnmente como **publicación preventiva**), asegurando así su posición en el “dominio público”.

Secretos comerciales se considerará como secreto empresarial, cualquier información comercial no divulgada que una persona natural o jurídica posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible a trans-

mitirse a un tercero. Un secreto empresarial se reconocerá como tal para los efectos de su protección cuando la información que la constituye:

- no fuese, como conjunto o en la configuración y reunión precisa de sus componentes, generalmente conocida, ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva; y
- haya sido objeto de medidas razonables tomada por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.

La información confidencial de una empresa podría estar protegida como secreto comercial siempre que:

- no sea conocida por las demás personas que tratan con ese tipo de información;
- tenga un valor comercial por el hecho de ser secreta; y
- su titular haya adoptado medidas razonables para mantenerla en secreto (por ejemplo, limitando el acceso a esta información y estableciendo acuerdos de confidencialidad o de no-divulgación).

Un secreto empresarial se considerará adquirido por medios contrarios a los usos y prácticas deshonestos cuando la adquisición resultara, entre otros:

- del espionaje industrial,
- el incumplimiento de un contrato u otra obligación,
- el abuso de confianza, la infidencia,
- el incumplimiento de un deber de lealtad o
- la instigación a realizar cualquiera de estos actos.

En función del sistema jurídico, la protección de los secretos comerciales puede ofrecerse en virtud de la legislación contra la competencia desleal, las disposiciones específicas de una o más leyes, la jurisprudencia sobre la protección de la información confidencial, las disposiciones contractuales incluidas en acuerdos con los empleados los clientes y los socios comerciales, o de una combinación de éstas. Entre las ventajas de la protección de una invención como secreto comercial están las siguientes:

- Los secretos comerciales no conllevan gastos de registro;
- La protección de los secretos comerciales no requiere su

divulgación ni su registro en una oficina gubernamental, y la invención no se publica;

- La protección de los secretos comerciales no tiene límite de tiempo;
- Los secretos comerciales tienen efecto inmediato.

Desventajas de la protección de las invenciones como secretos comerciales:

- Si el secreto está representado en un producto innovador, es posible que otros sean capaces de realizar ingeniería inversa, descubrir el secreto y, posteriormente, tener derecho a utilizarlo;
- La protección de los secretos comerciales solamente es eficaz contra la adquisición, utilización o divulgación indebida de la información confidencial;
- Si un secreto es divulgado públicamente, cualquier persona que obtenga acceso a él tendrá la libertad de utilizarlo;
- Es difícil hacer valer un secreto comercial, ya que el nivel de

protección es notablemente inferior al de las patentes; y

- Un secreto comercial puede ser patentado por otros que sean capaces de desarrollar independientemente la misma invención por medios legítimos.

Aunque las patentes y los secretos comerciales puedan considerarse medios alternativos de proteger las invenciones, a menudo son mutuamente complementarios. Esto se debe a que los solicitantes de patente suelen mantener las invenciones en secreto hasta que la oficina de patentes publica la solicitud. Además, a menudo se mantienen bajo secreto comercial muchos conocimientos valiosos sobre el modo de explotar con éxito una invención patentada.

Modelos de utilidad

Se considera como modelo de utilidad, cualquier nueva forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto que lo incorpora, o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que

lo incorpora, o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.

Los modelos de utilidad se protegen mediante la concesión de patente. Son tipos de invenciones o pequeñas adaptaciones a los productos existentes que pueden ser protegidas como modelos de utilidad. En algunos países, estas son conocidas como “patentes corto plazo”, “pequeñas patentes” o “patentes de innovación”.

Ejemplo:

COJÍN



Cojín cervical con esencias herbales, para relajación del viajero.

¿Cuáles son las condiciones para su protección?

- Las condiciones para la concesión de modelos de utilidad son menos estrictas, ya que el requisito de “altura inventiva” es menos estricto o no se aplica;

- Los procedimientos para la concesión de modelos de utilidad suelen ser más rápidos y sencillos que para las patentes;
- Las tasas de adquisición y mantenimiento son inferiores a las que se aplican a las patentes, son pagaderas al quinto año y al décimo año contados desde la fecha de presentación de la solicitud. Su pago se sujetará a lo dispuesto para el pago de las tasas anuales de las patentes de invención
- La máxima duración posible para los modelos de utilidad es de quince años, esto es cinco años menor que la de las patentes;
- En algunos países, los modelos de utilidad pueden estar limitados a determinados ámbitos de la tecnología, y pueden estar disponibles solamente para los productos (y no para los procesos); y
- Una solicitud de modelo de utilidad puede convertirse en una solicitud de patente.

▶ **MODELOS DE UTILIDAD**

Solicitud de registro	RD\$5,828
Tasas para el mantenimiento de vigencia ART. 28 y 53 , Ley 20-00	
5to año de presentada la solicitud al 9no año	RD\$ 5,828
10 mo año en adelante	RD\$7,770
Conversión de la solicitud de Modelo de Utilidad a Patente de Invención	RD\$3,497
Reclamo de Prioridad Simple	RD\$1,943
Solicitud de división fraccionaria	RD\$5,828
Examen de fondo	RD\$7,576
División de la Patente Modelo de Utilidad Art. 38	RD\$5,828

¿Qué es la materia patentable?

En la mayoría de las legislaciones nacionales o regionales en materia de patentes se incluye una lista de lo que no puede patentarse. A pesar de que hay importantes diferencias entre los países, a continuación se enumeran los ámbitos que pueden estar excluidos de la protección por patente:

- Los descubrimientos que consisten en dar a conocer algo que ya exista en la naturaleza, las teorías científicas y los métodos matemáticos;
- Creaciones exclusivamente estéticas;
- Los planes, principios o métodos económicos o de negocios, y los referidos a actividades puramente mentales o industriales o a materia de juego;
- Las presentaciones de información;
- Los programas de ordenador;
- Los métodos terapéuticos o quirúrgicos para el tratamiento humano o animal, así como los métodos de diagnóstico;
- Toda clase de materia viva y sustancias preexistentes en la naturaleza;
- La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de forma, de dimensiones o materiales, salvo que se trate de su combinación o fusión de tal forma que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas para obtener un resultado industrial no obvio para un técnico en la materia;
- Los productos o procedimientos ya patentados por el hecho de atribuirse un uso distinto al comprendido en la patente original.

No serán patentables, ni se publicarán las siguientes invenciones:

- Aquellas cuya explotación sería contraria al orden público o a la moral;
- Las que sean evidentemente contrarias a la salud o a la vida de las persona o animales, o puedan causar daño al medio ambiente;

- Las plantas y los animales, excepto los microorganismos, y los procedimientos esencialmente biológicos para la producción de plantas o animales, que no sean procedimientos biológicos o microbiológicos.

▶ LA PROTECCIÓN DE PROGRAMAS DE COMPUTADORA

La protección mediante derecho de autor tiene un alcance más limitado que la protección por patente, ya que cubre únicamente la expresión de una idea y no la idea en sí misma. Muchas empresas protegen el código objeto de los programas informáticos mediante derecho de autor, mientras que el código fuente se conserva como **secreto comercial**.

La Oficina Nacional del Derecho de Autor (ONDA) cuenta con un Registro Nacional de Derecho de Autor, referente a la protección de los programas informáticos establece que:

El código objeto y el código fuente de los programas informáticos puede protegerse mediante **derecho de autor**, incluida documentación técnica y los manuales de uso.

La protección mediante derecho de autor tiene una duración de cincuenta años contados a partir de la publicación o, a falta de esta, de su realización. (para mayor información www.onda.gov.do)

¿Qué derechos se conceden por las patentes?

- 1) La patente confiere a su titular el derecho de excluir a terceras personas de la explotación de la invención patentada. En

tal virtud, y con las limitaciones previstas en esta ley, el titular de la patente tendrá el derecho de actuar contra cualquier persona que sin su autorización realice cualquiera de los siguientes actos:

- a) Cuando la patente se ha concedido para un producto:
 - i) Fabricar el producto;
 - ii) Ofrecer en venta, vender o utilizar el producto; importarlo o almacenarlo para alguno de estos fines.
 - B) Cuando la patente se ha concedido para un procedimiento:
 - i) Emplear el procedimiento;
 - ii) Ejecutar cualquiera de los actos indicados en el inciso a) respecto a un producto obtenido directamente de la utilización del procedimiento.
- 2) El alcance de la protección conferida por la patente está determinado por las reivindicaciones. Las reivindicaciones se interpretarán a la luz de la descripción y los dibujos y, en su caso, del material biológico que se hubiese depositado.

Es importante señalar que una patente no concede al titular la "libertad de utilizar" ni el derecho de explotar la tecnología que

cubre la patente, sino solamente el derecho a excluir a otros. Aunque esta distinción pueda parecer sutil, es fundamental para comprender el sistema de patentes y el modo en que interactúan múltiples patentes. De hecho, las patentes que pertenecen a otros pueden estar relacionadas con su patente, incluirla o complementarla. Por tanto, es posible que necesite obtener una licencia para utilizar invenciones de otros con el fin de comercializar su propia invención patentada, y viceversa.

¿Quién es el inventor y a quién pertenecen los derechos sobre una patente?

La persona que ha concebido la invención es el inventor, y la persona (o empresa) que presenta la solicitud de patente es el solicitante, titular o propietario de la patente. Aunque en algunos casos el inventor puede ser también el solicitante, a menudo son dos entidades distintas; el solicitante es con frecuencia la empresa o la institución de investigación que emplea al inventor. Merece la pena analizar más a fondo las siguientes circunstancias específicas:

- **Inventiones de los empleados.** En muchos países, las invenciones de servicio, es decir aquellas desarrolladas durante el empleo, se asignan automáticamente al empleador. En algunos países, esto se hace solamente si está estipulado en el contrato de empleo. En algunos casos (por ejemplo, si no hay ningún contrato de empleo), el inventor puede conservar el derecho de explotar la invención, pero se da al empleador un derecho no exclusivo de utilización interna (llamados "*shop rights*").

1. Cuando un empleado que no está obligado por su contrato de trabajo a ejercer una actividad inventiva, realiza una invención o mediante la utilización de datos o medios a los que tuviera acceso por razón de su empleo, comunicará este hecho inmediatamente a su empleador, por escrito. Si dentro de un plazo de dos meses a partir de la fecha en que el empleador hubiese recibido dicha comunicación o hubiese tomado conocimiento de la invención por cualquier otro medio, aplicándose la fecha más antigua, el

empleador notificará por escrito al empleado su interés por la invención, ésta pertenecerá al empleador y se considerará que el derecho a la patente ha pertenecido al empleador desde el principio. En caso que el empleador no efectuara la notificación dentro del plazo establecido, el derecho a la patente pertenecerá al empleado.

2. En caso que el empleador notifique su interés por la invención, el empleado tendrá derecho a una remuneración equitativa teniendo en cuenta su salario y el valor económico estimado de la invención. En defecto de acuerdo entre las partes, la remuneración será fijada por el tribunal competente

- **Contratistas independientes.**

1. Cuando una invención haya sido realizada en cumplimiento o ejecución de un contrato de obra o de servicio, o de un contrato de trabajo, el derecho a la patente por esa invención pertenece a la persona que contrató la obra o el servicio, o al empleador,

según corresponda, salvo disposición contractual en contrario.

2. Cuando la invención tuviera un valor económico mucho mayor que el que las partes podían haber previsto razonablemente al tiempo de concluir el contrato, el inventor tiene derecho a una remuneración especial que es fijada por el tribunal competente, en defecto de acuerdo entre las partes.

3. Es nula cualquier disposición contractual menos favorable al inventor que las disposiciones presente en la Ley.

- **Inventores conjuntos.** Cuando más de una persona contribuye de manera significativa a la concepción y realización de una invención, deben ser tratadas como inventores conjuntos y ser mencionadas como tales en la solicitud de patente. Si los inventores conjuntos son también los solicitantes, se les concederá la patente conjuntamente.
- **Titulares conjuntos.** Cuando una solicitud de patente fuera presentada conjuntamente

por dos o más personas, se presumirá que el derecho les corresponde en partes iguales, salvo estipulación en contrario.

Los diferentes países e instituciones tienen diferentes normas sobre la explotación o la manera de hacer valer los derechos sobre las patentes que pertenecen a más de una entidad o persona. En algunos casos, ningún cotitular puede ceder una patente bajo licencia o demandar a terceros por infracción sin el consentimiento de todos los demás cotitulares.

Lista recapitulativa

- **¿Debe patentar su invención?** Examine las ventajas de la protección por patente, estudie las alternativas (confidencialidad, modelos de utilidad, etc.) y haga un análisis de los costos y beneficios. Lea la información adicional sobre patentes que figura en las siguientes secciones para asegurarse de tomar una decisión fundamentada.
- **¿Es patentable su invención?** Estudie los requisitos de patentabilidad, obtenga información detallada sobre

lo que es patentable en su país y realice una búsqueda en el estado de la técnica (véase la siguiente sección).

- **Titularidad de la invención.** Asegúrese de que quedan claras las cuestiones relacionadas con los derechos sobre la invención entre la empresa, sus empleados, y cualquier otro socio comercial que haya participado económica o técnicamente en el desarrollo de la invención.

COMO OBTENER UNA PATENTE

¿Por dónde se debe empezar?

Generalmente, el primer paso es realizar una **búsqueda en el estado de la técnica**. Dado que hay aproximadamente 40 millones de patentes concedidas en todo el mundo, y millones de solicitudes publicadas, que forman parte del estado de la técnica anterior a su solicitud de patente, existe un alto riesgo de que alguna referencia, o combinación de referencias, haga que su invención no sea nueva o no tenga altura inventiva y, por tanto, no sea patentable.

La información sobre patentes es una **fuentes única de información técnica confidencial**, que puede resultar de gran valor para las empresas en su planificación comercial estratégica. La mayoría de las invenciones importantes se divulgan al público por primera vez con la publicación de la patente o la solicitud de patente. Así pues, las patentes y las solicitudes de patente constituyen medios para aprender acerca de las investigaciones e innovaciones actuales, a menudo mucho antes de que el producto innovador en cuestión aparezca en el mercado. Las búsquedas de patentes deberían formar parte de cualquier actividad de I+D de una empresa.

¿Cómo y dónde puede realizar una búsqueda en el estado de la técnica?

Las patentes y las solicitudes de patentes publicadas por muchas oficinas de patentes están disponibles en línea, lo que facilita la realización de búsquedas en el estado de la técnica. En la dirección www.wipo.int/ipdl/en/resources/links.jsp figura una lista de las oficinas de propiedad intelectual que **han puesto a disposición en línea sus bases de datos de patentes** de manera

gratuita. Además, la mayoría de las oficinas nacionales de patentes ofrecen servicios de búsqueda de patentes.

A pesar de que el acceso a la información sobre patentes es considerablemente más fácil gracias a Internet, no es fácil realizar una búsqueda de patentes de alta calidad. A menudo, la jerga de las patentes es compleja, y una búsqueda profesional requiere una importante cantidad de conoci-

mientos y aptitudes. Si bien las búsquedas preliminares pueden realizarse a través de bases de datos sobre patentes gratuitas en línea, la mayoría de las empresas que necesitan información sobre patentes para tomar decisiones comerciales importantes (por ejemplo, solicitar una patente o no) recurren a los servicios de profesionales de patentes y/o utilizan bases de datos comerciales más sofisticadas.

► LA CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PATENTES

Para efectos de la clasificación por materia técnica de los documentos relativos a las patentes de invención y de modelo de utilidad, se aplicará la clasificación internacional de patentes, establecida por el Arreglo de Estrasburgo, del 24 de marzo de 1971, con sus revisiones y actualizaciones.

La Clasificación Internacional de Patentes (CIP) es un sistema de clasificación jerárquico utilizado para clasificar y buscar documentos de patente. También sirve como instrumento para organizar en orden los documentos de patente, como base para la difusión selectiva de información y como base para investigar el estado de la técnica en ámbitos específicos de la tecnología. Periódicamente se hacen revisiones para adaptar la clasificación a los avances tecnológicos que constantemente experimentamos, la octava edición de la CIP, entró en vigencia en Enero 1º del 2006 y está compuesta de **8 secciones**, que se dividen en **120 clases**, **628 subclases** y aproximadamente **69.000 grupos**. Las 8 secciones son:

- a) Necesidades corrientes de la vida (14)
- b) Técnicas industriales diversas; Transportes (34)
- c) Química; Metalurgia (19)
- d) Textiles; Papel (7)
- e) Construcciones fijas (7)
- f) Mecánica; Iluminación; Calefacción; Armamento; Voladura (18)
- g) Física (12)
- h) Electricidad. (90)

Actualmente, más de 100 países utilizan la CIP para clasificar sus patentes: www.wipo.int/classifications/en/ipc/index.html

¿Cómo se debe solicitar la protección por patente?

Después de realizar una búsqueda en el estado de la técnica y tomar la decisión de solicitar protección por patente, es necesario preparar y presentar una **solicitud de patente** a la **Oficina Nacional de Propiedad Intelectual (ONAPI)** o regional de patentes correspondiente. En la solicitud deberá incluirse una descripción completa de la invención, las reivindicaciones que determinan el alcance de la patente que se solicita, los dibujos y un resumen. Puede obtenerse el formulario de

solicitud en línea en la dirección web www.onapi.gov.do.

La tarea de elaboración de una solicitud de patente suele correr a cargo de un abogado o agente de patentes que representará sus intereses durante el trámite de la solicitud. Cabe señalar que puede haber importantes variaciones entre los países y que siempre es recomendable consultar a la oficina de patentes del país o a un bufete de abogados de patentes del para obtener información actualizada sobre los procedimientos y las tasas aplicables.

TRAMITAR UNA SOLICITUD: PASO A PASO

1	Solicitud	El solicitante se dirigirá a un agente de Servicio al Cliente para que éste verifique que su solicitud cumple con los requisitos legales correspondientes. Una vez verificada, el solicitante debe dirigirse a la ventanilla para realizar el pago de la tasa de servicio y de la tasa de impuestos, y luego depositarla en la misma ventanilla, la cual desde ese momento adquiere fecha de presentación y un número de expediente.
2	Examen de forma	Una vez ingresada la solicitud a la Oficina es examinada en cuanto a la forma y al fondo por un examinador del Departamento de Signos Distintivos, quien verificará si cumple con los requisitos de forma y si no incurre en una de las prohibiciones legales. En caso de que exista alguna corrección o irregularidad se procede a notificar al solicitante, para que éste realice las correcciones de lugar, en un lapso de 60 días después de recibida la notificación.
3	Publicación y Observaciones	Al cumplirse el plazo de 18 meses contados desde la fecha de presentación de la solicitud de patente o, cuando fuese el caso, desde la fecha de la prioridad aplicable, la solicitud quedará abierta al público para fines de información. La Oficina Nacional de la Propiedad Industrial publicará en su órgano oficial, a costa del interesado, un aviso que contendrá los datos y elementos establecidos en el reglamento. El solicitante podrá requerir que la publicación se haga antes del vencimiento del plazo indicado.

TRAMITAR UNA SOLICITUD: PASO A PASO

4	Examen de fondo	El solicitante deberá pagar la tasa de examen de fondo de la solicitud de patente, dentro del plazo de doce meses contados desde la fecha de aparición del aviso de publicación de la solicitud. Si venciera ese plazo sin haberse pagado la tasa, la solicitud caerá de pleno derecho en abandono y se archivará de oficio. Este examen consta de dos partes Búsqueda de antecedentes y Examen , con el primero se buscan exhaustivamente documentos, solicitudes de patentes ya publicadas y literatura técnica a manera de consulta; el segundo confirmará si la solicitud cumple a cabalidad con los requisitos de la Ley.
5	Concesión	Si el resultado del examen de fondo favorable, la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial concederá la patente por un plazo de 20 años. Si fuera parcialmente desfavorable se otorgará el título solamente a las reivindicaciones aceptadas. Si fuera totalmente desfavorable se denegará la patente. Las decisiones de la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial, relativas a una denegación total o parcial, se comunicará por escrito al solicitante expresando los motivos y fundamentos legales de su decisión. El solicitante tendrá un plazo de 30 días para objetar la decisión.
6	Publicación de la Concesión	El anuncio de la concesión de la patente se publicará a costa del interesado en el boletín oficial que editará la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial.

¿Cuánto cuesta patentar una invención?

Los costos varían ostensiblemente de un país a otro y también dentro de un mismo país, según factores como la naturaleza de la invención, su complejidad, los honorarios del abogado, la duración de la solicitud y las objeciones formuladas durante el examen realizado por la oficina de patentes. Es importante tener presente y prever un presupuesto adecuado para los costos de la solicitud de patente y su mantenimiento:

- En general, hay unos costos asociados a la realización de una **búsqueda en el estado de la técnica**, especialmente si se contratan los servicios de un experto;
- Hay unas **tasas oficiales de presentación de solicitudes** que varían considerablemente entre un país y otro. La oficina de patentes nacional o regional correspondiente le facilitará más detalles sobre el baremo de tasas. Algunos países ofrecen descuentos a las PYME's y a inventores nacionales. Asimismo, hay países que permiten un examen acelerado a cambio del pago de unas tasas adicionales;
- Si contrata los servicios de un **agente o abogado de patentes** para que le ayude en el proceso de la solicitud (por ejemplo, para dar su opinión sobre la patentabilidad, redactar la solicitud de patente, preparar los dibujos en su debida forma y responder a las comunicaciones de la oficina de patentes), todo ello tendrá unos costos adicionales;
- Una vez que la oficina de patentes ha concedido una patente, deberá pagar **tasas de mantenimiento**, generalmente de carácter anual, para mantener la validez de la patente;
- En caso de que decida patentar su invención en el extranjero, debe tener en cuenta también las **tasas oficiales de presentación de solicitudes** para los países en cuestión, los **costos de traducción** y los **costos de utilizar agentes de patentes** locales (que en muchos países es un requisito para los solicitantes extranjeros).
- En el caso de las invenciones relacionadas con microorganismos, en las que es necesario el **depósito del microorganis-**

mo o material biológico ante una institución depositaria reconocida, deberán pagarse las tasas de la presentación, el

almacenamiento y las pruebas de viabilidad del material depositado.

PATENTE DE INVENCION

VARIABLE

Presentación de la solicitud	RD\$7,770
Pago de la Primera Publicación	RD\$2,914
Peticion de Publicación anticipada	RD\$3,497
Pago de Publicación por cada patente fraccionada	RD\$3,302
Examen de fondo	RD\$9,713
Solicitud de peritos o expertos Art. 17 regl.	
Publicación de la concesión	RD\$3,885
Reclamo de prioridad Simple	RD\$1,943
Tasa de recargo por pago en el período de gracia (pago anual)	RD\$971

Tasas anuales para el mantenimiento de vigencia de las patentes de invención (ART.28, Ley 20-00

Vigencia de 1 a 4 años	RD\$3,885
De 5 a 9	RD\$5,828
De 10 a 15	RD\$7,770
De 16 o mas	RD\$9,713
División de la solicitud de patente (Art. 18, ley 20-00)	RD\$7,770

Modificación de las reivindicaciones de la patente Art. 37, ley 20-00

Por primera reivindicación modificada	RD\$2,720
Por las demás	RD\$1,360
Solicitud de Licencias Obligatorias	RD\$9,713
Conversión de la solicitud de patente de Invención a Modelo de Utilidad antes de la publicación	RD\$2,836
División en Patentes Fraccionarias ART. 38, Numeral 3) Ley 20-00	RD\$7,770

¿Cuándo debe presentar una solicitud de patente?

En general, es preferible solicitar protección por patente en cuanto tenga toda la información necesaria para redactar la solicitud de patente. No obstante, hay varios factores que ayudan al solicitante a decidir cuál es el mejor momento para presentar una solicitud de patente. Entre los motivos para asegurarse de que su solicitud se presente lo antes posible se incluyen los siguientes:

- En la mayoría de los países del mundo (con excepción de los Estados Unidos de América, véase el recuadro más adelante), las patentes se conceden según el principio del **primer solicitante**. Por tanto, es importante presentar una solicitud rápidamente para asegurarse de ser el primero en presentar una solicitud relacionada con una determinada invención, a fin de que otros no le arrebaten dicha invención.
- Solicitar la protección por patente de manera anticipada será útil, en general, si desea obtener **ayuda financiera** o desea **ceder su invención bajo licencia para comercializarla**.
- Generalmente, sólo es posible hacer valer los derechos de patente una vez que ésta ha sido concedida por la oficina de patentes correspondiente, lo cual es un procedimiento que puede llevar unos años .

No obstante, apresurarse para presentar una solicitud de patente en cuanto se tiene una invención también puede ocasionar problemas por los siguientes motivos:

- Si la solicita demasiado temprano y posteriormente realiza cambios en su invención, generalmente no será posible realizar cambios significativos en la descripción original de la invención.
- Una vez presentada la solicitud en un país o región, habitualmente tiene 12 meses para presentar una solicitud respecto de la misma invención en todos los países de interés para su empresa a fin de beneficiarse de la fecha de presentación de su primera solicitud. (Véase la explicación sobre la fecha de prioridad). Esto puede suponer un problema si los costos de presentar solicitudes en varios países y de pagar las tasas de

mantenimiento son demasiado altos para su empresa. Un modo de mitigar este problema es posponer los pagos de la traducción y de las tasas nacionales durante un período de 30 meses utilizando el

Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT) .

Al decidir el momento en que debe presentarse una solicitud de patente, es importante tener en cuenta que la solicitud debe presentarse antes de divulgar la invención. Cualquier divulgación anterior a la presentación de la solicitud (por ejemplo, a los inversores o a otros socios comerciales, para lanzar un producto al mercado) deberá realizarse solamente después de firmar un acuerdo de confidencialidad o de no-divulgación.

¿Cuál es la importancia de mantener la confidencialidad de una invención antes de presentar una solicitud de patente?

Si desea obtener una patente de su invención, es absolutamente necesario mantener su **confidencialidad** antes de presentar la solicitud. En muchas circunstancias, la divulgación al público de

su invención antes de presentar la solicitud destruiría la novedad de su invención, por lo que dejaría de ser patentable, a menos que la ley aplicable prevea un **“período de gracia”**

Por tanto, es sumamente importante que los inventores, los investigadores y las empresas eviten cualquier divulgación de una invención que pueda afectar a su patentabilidad hasta que se haya presentado la solicitud de patente.

¿Qué es el “período de gracia”?

Nuestra legislación prevé un **“período de gracia”** de 6 o 12 meses, desde el momento en que una invención ha sido divulgada por el inventor o el solicitante hasta que se presenta la solicitud, durante el cual la invención no pierde su patentabilidad a causa de dicha divulgación. En estos países, una empresa puede divulgar su invención, por ejemplo exhibiéndola en una feria comercial o publicándola en un catálogo de la empresa o una revista o revista técnica, y presentar la solicitud de patente dentro del período de gracia sin que la invención deje de ser patentable y se le impida obtener una patente.

Sin embargo, dado que esto no ocurre en todos los países, recurrir al período de gracia en su propio país le impediría patentar la invención en otros mercados de interés donde no se disponga de un período de gracia.

Se concederá un plazo de gracia de seis meses para el pago de una tasa anual, mediante el pago de la sobretasa establecida. Durante el plazo de gracia, la patente o la solicitud de patente, según el caso, mantiene su vigencia plena

¿Cuál es la estructura de una solicitud de patente?

Una **solicitud de patente** tiene diversas funciones:

- Determina el ámbito legal de la patente;
- Describe la naturaleza de la invención, incluidas las instrucciones sobre el modo de ejecutar la invención; y
- Ofrece detalles sobre el inventor, el titular de la patente y otra información legal.

Las solicitudes de patente se estructuran de manera similar en todo el mundo y constan de un formulario de solicitud y junto a

este una descripción, reivindicaciones, dibujos (si es necesario) y un resumen. Un documento de patente puede tener entre unas pocas páginas y varios cientos de páginas, en función de la naturaleza de la invención específica y su ámbito técnico.

Solicitud

Contiene información sobre el título de la invención, la fecha de presentación de la solicitud, la fecha de prioridad y datos bibliográficos como el nombre y dirección del solicitante y del inventor.

Memoria descriptiva

La descripción debe divulgar la invención de manera suficientemente clara y completa para poder evaluarla y para que una persona versada en la materia técnica correspondiente pueda ejecutarla.

Reivindicaciones

Las reivindicaciones determinan el ámbito de protección de una patente. Estas definen la materia para la cual se desea protección mediante la patente. Las reivindicaciones deben ser claras y concisas, y estar enteramente sustentadas por la descripción.

En los litigios sobre patentes, interpretar las reivindicaciones suele ser el primer paso para determinar si la patente es válida y para establecer si la patente ha sido infringida. Es muy recomendable **pedir consejo a un experto** para redactar las solicitudes de patente, especialmente las reivindicaciones.

Dibujos

Los dibujos muestran los detalles técnicos de la invención de una manera abstracta y visual. Éstos ayudan a explicar alguna información, instrumento o resultado descrito en la memoria descriptiva.

Es indispensable la presentación de dibujos cuando sean necesarios para comprender, evaluar o ejecutar la invención.

Resumen

El resumen comprenderá una síntesis de lo divulgado en la descripción, y una reseña de las reivindicaciones y los dibujos que hubieran, y en su caso incluirá la fórmula química o el dibujo que mejor caracterice a la invención. El resumen permitirá comprender lo esencial del problema técnico y de la solución aportada por la invención, así como el uso principal de la invención.

¿Cuánto tiempo lleva obtener la protección por patente?

El tiempo que emplea una oficina de patentes en conceder una patente varía notablemente entre una oficina y otra, y entre los distintos ámbitos de la tecnología, y puede ser de entre unos pocos meses y unos pocos años, generalmente entre 2 y 5 años, en las oficinas que realizan examen de fondo. Algunas oficinas de patentes han establecido un procedimiento de concesión acelerada que los solicitantes pueden pedir en circunstancias específicas.

Lectura preliminar de una patente concedida

Una vez que se concede una patente, es recomendable realizar una lectura preliminar minuciosa de la patente para asegurarse de que no hay errores ni se han omitido palabras, en particular en las reivindicaciones.

¿A partir de qué fecha está protegida su invención?

Sus derechos comienzan a aplicarse de manera efectiva en la fecha de concesión de su patente, ya que sólo puede interponer una acción judicial contra el uso no autorizado de la invención

por terceros una vez que ésta haya sido concedida. En algunos países, es posible demandar a los infractores, después de la concesión, por infracciones cometidas entre la fecha de publicación de la solicitud de patente (generalmente 18 meses después de que se haya presentado la primera solicitud) y la fecha de concesión.

En algunos países, es posible presentar una solicitud de patente y una solicitud de modelo de utilidad para la misma invención. Esto se hace a veces para gozar de la protección de los modelos de utilidad (que suelen concederse más rápido) hasta que se concede finalmente la patente.

¿Cuánto tiempo dura la protección por patente?

La patente tiene una duración de veinte (20) años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud en la República Dominicana con la condición de que se paguen a su debido tiempo las tasas de mantenimiento y de que no haya prosperado ninguna solicitud de invalidación o revocación durante dicho período.

Aunque lo mencionado anteriormente se refiere a la existencia

jurídica de una patente, la **vida comercial o económica de una patente** termina si la tecnología que cubre queda obsoleta, si no puede comercializarse o si el producto basado en ella no ha obtenido éxito en el mercado. En todas las circunstancias mencionadas, el titular de la patente puede decidir dejar de pagar las tasas de mantenimiento, y dejar así que la patente expire antes de finalizar el período de protección de 20 años, y con lo cual pasa al dominio público.

En algunos países, la protección puede ampliarse a más de 20 años, o puede obtenerse un **Certificado Complementario de Protección (CCP)** en circunstancias muy específicas. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de las patentes de productos farmacéuticos, debido al retraso en la comercialización a causa del tiempo que se necesita para obtener la aprobación de comercialización de las autoridades gubernamentales correspondientes. Los CCP tienen una duración limitada y por lo general no pueden superar los cinco años.

Patente solicitada

Muchas empresas etiquetan sus productos que incluyen la invención con las palabras "Patente solicitada", o en inglés "**patent pending**", en ocasiones acompañadas del número de la solicitud de patente. Asimismo, una vez que se ha concedido la patente, es cada vez más habitual que las empresas pongan una nota en la que indican que el producto está patentado, incluyendo a veces el número de la patente. Aunque estos términos no proporcionan ninguna protección jurídica contra la infracción, pueden servir como advertencia para disuadir a otros de copiar el producto o las partes del producto que han sido patentadas.

¿Es necesario un agente de patentes para presentar una solicitud de patente?

Elaborar una solicitud de patente y tramitarla hasta la fase de la concesión es una tarea compleja. Solicitar protección por patente implica:

- Realizar una búsqueda en el estado de la técnica para detectar cualquier elemento del estado de la técnica que

haga que su invención no sea patentable;

- Redactar las reivindicaciones y la memoria descriptiva completa de la invención combinando jerga jurídica y técnica;
- Intercambiar correspondencia con la oficina nacional o regional de patentes durante el examen de fondo de la solicitud de patente;
- Realizar las modificaciones necesarias en la solicitud, según lo pida la oficina de patentes.

Todos estos aspectos requieren un profundo conocimiento del derecho de patentes y de la práctica de las oficinas de patentes. Por tanto, **a pesar de que la asistencia jurídica o técnica no es obligatoria, sí es muy recomendable.** Es aconsejable recurrir a un agente de patentes que tenga los conocimientos y experiencia jurídicos pertinentes, así como conocimientos técnicos sobre el ámbito técnico de la invención. Nuestra legislación exige que los solicitantes extranjeros estén representados por un agente de patentes residente en el país.

¿Puede solicitar la protección de muchas invenciones a través de una sola solicitud?

En República Dominicana la Ley señala que una solicitud de patente sólo puede comprender una invención, o un grupo de invenciones relacionadas entre sí de manera que conformen un único concepto inventivo. En la mayoría de legislaciones se establecen algunas limitaciones con respecto al número de invenciones distintas que pueden incluirse en una solicitud de patente. Estas limitaciones incluyen el denominado requisito de **unidad de la invención**. Mientras que las legislaciones sobre patentes varían en cuanto

a los requisitos de unidad de la invención algunas (por ejemplo, el Convenio Europeo de Patentes y el Tratado de Cooperación en materia de Patentes) permiten que se incluyan en una misma solicitud grupos de invenciones relacionados de tal manera que formen un solo **“concepto inventivo”**. En caso de que no haya unidad de la invención, puede exigirse al solicitante que limite las reivindicaciones o divida la solicitud (solicitudes divisionales). Debido a las diferencias en la legislación aplicable, una solicitud de patente puede ser suficiente en algunos países, mientras que en otros puede ser necesario presentar dos solicitudes o más para cubrir la misma materia.

▶ LISTA RECAPITULATIVA

- **¿Es patentable su invención?** Realice una búsqueda en el estado de la técnica y utilice a fondo las bases de datos de patentes.
- **Presentar una solicitud de patente.** Tenga en cuenta la importancia de recurrir a un agente o abogado de patentes con experiencia en el ámbito de la tecnología en cuestión, en particular para redactar las reivindicaciones.
- **Momento escogido para presentar la solicitud.** Estudie los motivos para presentar la solicitud más pronto o más tarde y decida cuál es el mejor momento para presentar su solicitud de patente.
- **Divulgación.** No divulgue información demasiado pronto, a fin de no poner en peligro su patentabilidad.
- **Tasas de mantenimiento.** No olvide pagar las tasas de mantenimiento a tiempo para mantener en vigor su(s) patente(s).

4. Marcas

¿Qué es una marca?

Una marca es cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación gráfica apto para distinguir los productos o los servicios de una empresa, de los productos o servicios de otras empresas.

Las marcas pueden consistir, entre otros, en palabras, denominaciones de fantasía, nombres, seudónimos, **lemas comerciales**, letras, números, monogramas, figuras, retratos, etiquetas, escudos, estampados, viñetas, orlas, líneas y bandas, combinaciones y disposiciones de colores, formas tridimensionales, **sonidos y olores**. Puede así mismo, consistir en la forma, presentación o acondicionamiento de los productos o de sus envases o envolturas, o de los medios locales de expendio de los productos o servicios correspondientes.

Ejemplo:

Marcas Conocidas



La cadena italiana de ropa **Pickwick** (www.pickwick.net), constituye un interesante ejemplo de utilización estratégica de una marca para crear, partiendo de cero, una empresa sumamente próspera en el sector de la moda. Hoy Pickwick vende todo tipo de prendas de moda informal a adolescentes de todas partes de Europa. Sin embargo, no hace mucho, lo único que tenía la empresa era la marca propiamente dicha, que representaba un joven de cara no reconocible y peinado rebelde. Al principio, el propietario de la marca seleccionaba artículos en la medida en que en su opinión pudieran gustar a los adolescentes, artículos a los que les puso su marca para luego distribuirlos en las tiendas de Roma. En los inicios de la empresa, y dado que las actividades se llevaban a cabo en un garaje, pudo mantener los costos a un nivel muy bajo. Para los adolescentes, el logotipo de *Pickwick* representa "ir a la última" y están dispuestos a pagar más por la ropa de esa marca. En la actualidad, la empresa subcontrata la fabricación de los artículos y se concentra en la comercialización, distribución y control de la utilización de la marca.

CASO DE ESTUDIO: MÁS QUE UN NOMBRE

El diseñador japonés Takada Kenzo ha sabido sacar partido de su reputación de creador de nuevas tendencias desde hace más de 30 años para crear una marca muy sólida. Con la utilización de textiles de buena calidad, en los que combina motivos modernos y tejidos y estilos étnicos de todos los países, ha creado el estilo *Kenzo*. En 1993, Takada Kenzo vendió su casa de moda al grupo francés de productos de lujo LVMH por 29 millones de euros, pero siguió siendo el principal diseñador de *Kenzo* hasta su jubilación en 1997. Poco antes de su jubilación, LVMH cedió al diseñador la marca, constituida por su nombre y su apellido utilizados de forma conjunta, pero conservó la marca *Kenzo*.

Unos años más tarde, Takada Kenzo decidió volver a la industria de la moda, pero esta vez para diseñar telas para amueblar casas y otros objetos de decoración interior. Tenía previsto registrar la versión en chino (pictograma) de su nombre como marca a los fines de sus nuevas actividades comerciales y ahí fue cuando descubrió que LVMH utilizaba ya la marca en chino. De ahí que, a principios de 2005, demandara a LVMH por utilizar de forma ilegal su logotipo y reclamó varios millones en concepto de regalías, aduciendo que la marca objeto de litigio le había sido cedida en 1997 en el marco del acuerdo concertado con LVMH. Finalmente, el litigio pudo arreglarse fuera de los tribunales.

▶ ELEMENTOS IMPORTANTES A LA HORA DE ESCOGER UNA MARCA

- Cerciórese de que la marca satisfaga todos los **requisitos legales** de registro.
- Asegúrese de que no sea idéntica a una marca existente ni **similar hasta el punto de causar confusión**.
- Asegúrese de que la marca sea fácil de **leer, escribir** y recordar y pueda utilizarse en cualquier medio de publicidad.
- Asegúrese de que la marca no tenga **connotaciones indeseadas**.
- Cerciórese de que el **nombre de dominio** correspondiente esté disponible para su registro.

¿Cómo proteger la(s) Marca(s) de su empresa?

El derecho al uso exclusivo de una marca se adquiere mediante su registro ante la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI). Puede hacerse la solicitud del registro y pago en línea a través del Sistema de Solicitudes de Registro de Propiedad Industrial (E-SERPI) en la dirección www.onapi.gov.do. ONAPI, tendrá preferencia en otorgar el registro de una marca la persona que estuviese usando la marca en el país, sin interrupción y de buena fe, desde la fecha más antigua. Las marcas revisten la misma importancia para las pequeñas y jóvenes empresas que para las grandes.

¿Es suficiente el registro del nombre comercial para su compañía?

No, muchas personas creen que por registrar el nombre comercial de sus empresas, esta se protege automáticamente como una Marca. Esto es un error muy común. Es importante entender la diferencia entre Nombre Comercial y Marca.

Un **nombre comercial** es el nombre, denominación, designación o abreviatura que identifica a una empresa o establecimiento, de su

negocio, como por ejemplo: "Juan Pérez C x A" identifica a su compañía. Si a menudo finaliza con S.A., Inc. u otra abreviación similar esto denota el carácter legal de la compañía.

Una **Marca**, es el signo o combinación de signos susceptibles de representación gráfica apto para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los productos o servicios de otra empresa. Una empresa puede tener una o varias marcas.

¿Quién puede solicitar el registro de la marca?

La solicitud puede hacerla tanto una persona física (un individuo) como una persona jurídica (una compañía) que contemple utilizar una marca o autorizar el uso a terceros de la misma.

¿Es obligatorio registrar la(s) marca(s) de la empresa?

Se recomienda que se haga, aunque no es obligatorio, puesto que el registro te garantiza el uso exclusivo y te protege de que hagan un uso no autorizado de tu marca.

¿Cuáles son las razones principales para rechazar una solicitud?

Al momento de seleccionar una marca es muy beneficioso saber cuales categorías de signos no se permiten registrar como marcas. Generalmente pueden ser rechazadas por **“características propias del signo”** o por **“derechos de terceros”**.

1.- CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL SIGNO

- a) **Términos Genéricos:** cuando el signo corresponda a la designación común o usual de los productos o servicios de que se trate; por ejemplo, si su empresa trata de registrar la marca SILLA para vender sillas, la marca será rechazada ya que “silla” es el término genérico.
- b) **Términos Descriptivos:** se basan en adjetivos que describen características de los productos o servicios; por ejemplo, si se trata de registrar la marca “Dulce”, “Rápido”, “Clásico” estas probablemente podrían ser susceptibles de objeciones, a menos que formen parte de una marca distintiva. En tales casos, será necesario adjuntar un descargo de responsabilidad donde se especifique que

no se pretende tener la exclusividad de esa parte específica de la marca.

- c) **Marcas que pueden inducir a error:** son marcas susceptibles de engañar o confundir a los consumidores respecto a la naturaleza, calidad u origen geográfico del producto; por ejemplo: si se trata de comercializar margarina y se muestra la imagen de una vaca, es probable que la solicitud sea rechazada, ya que induciría al consumidor a error, al asociar la marca con productos lácteos (es decir mantequilla).
- d) **Marcas consideradas contrarias al orden público o la moral:** por las palabras y las ilustraciones que se consideren contrarias a las normas comúnmente aceptadas de moral y religión no se puede registrar como marcas.
- e) **Las banderas, escudos de armas, sellos oficiales, monedas o billetes de curso legal:** de los cuales tenga conocimiento la OMPI suelen excluirse de la posibilidad de registro.
- f) **Marcas idénticas o semejantes:** a una marca cuyo registro

haya vencido y no se renovara aún, o que se hubiese cancelado por solicitud de su titular y que aplicaría para los mismos productos o servicios, a menos que haya transcurrido un año desde la fecha del vencimiento o cancelación.

2.- DERECHOS DE TERCEROS

a) Conflicto de marcas iguales o semejantes: que hayan sido previamente utilizadas por un tercero con anterioridad para distinguir productos o servicios iguales o semejantes.

b) Aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo: mediante la reproducción total o parcial, imitación, traducción o transcripción de un signo distintivo notoriamente conocido en el país o en el comercio internacional.

c) Interfiere con Derechos: de autor, de la personalidad de un tercero, de propiedad industrial, el nombre, firma, imagen, prestigio de una persona jurídica o de una entidad colectiva local, regional o nacional, exceptuando cuando se dispone del consentimiento expreso de la persona o autoridad pertinente.

En ambos casos, si la oficina de registro considera que su marca es idéntica a una existente o tan similar que puede causar confusión con productos idéntico o similares, será denegada o invalidada, según corresponda. Por lo tanto, lo mejor es abstenerse de utilizar marcas que puedan causar confusión por su similitud con marcas existentes.

REGISTRANDO UNA MARCA: PASO A PASO

EL APLICANTE	ONAPI
<ol style="list-style-type: none"> 1) Persona física o jurídica 2) Verificar la disponibilidad mediante la búsqueda de antecedentes, previo a la solicitud. 3) Presentar formulario de solicitud debidamente completado con los siguientes datos (Ver anexo VI): 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Examen de forma: recibida la solicitud se verifica que el solicitante cumpla con los requisitos de registro. En caso contrario se le notificará por escrito y se le otorga un plazo para hacer las correcciones de lugar; vencido el plazo se considera abandonado el registro y se archiva.

REGISTRANDO UNA MARCA: PASO A PASO

EL APLICANTE

ONAPI

- | | |
|---|---|
| <p>4. Nombre y domicilio del solicitante</p> <p>a) Denominación de la marca cuyo registro se solicita, si es nominativa.</p> <p>b) Si la marca es:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Denominativa estilizada (solo letras): cinco reproducciones de la marca con dimensiones no menores de 15 cm. X 15 cm, con y sin color, si aplican. 2. Marca figurativa. Breve descripción y cinco reproducciones 15 cm x 15 cm, con y sin color, si aplican. 3. Marcas mixtas (letras y figuras): la denominación, breve descripción de la porción gráfica y cinco reproducciones de la marca con dimensiones de 15 cm x 15 cm, con o sin color, si aplican. <p>c) Lista de los productos o servicios que se desean proteger con la marca; indicando también la clase internacional al que pertenece y el número que corresponde (Véase mas adelante)</p> <p>d) Las autorizaciones correspondientes, si aplican.</p> <p>e) La firma del solicitante.</p> <p>f) El pago de la tasa establecida</p> | <p>2) Examen de fondo: si se encontrare algún tipo de conflicto con signos distintivos existentes, se notificará al solicitante, indicándole, por escrito, las objeciones y dándole un plazo para hacer los cambios pertinentes. Vencido el plazo y si aún no se han hecho las correcciones, se denegará el registro.</p> <p>3) Publicación, oposición y expedición del certificado: si el solicitante cumple con los pasos 1 y 2, procederá a pagar la tasa establecida para la publicación, dentro del el plazo establecido por ley. Se otorgará un plazo de cuarenta y cinco (45) días, para que un tercero pueda presentar un recurso de oposición, vencido este plazo si se resuelve conceder el registro, se expedirá al titular un certificado de registro cuya validez es de diez (10) años.</p> <p>4) Renovación: la marca puede renovarse por períodos sucesivos de 10 años, en un plazo no mayor de seis (6) meses antes de su fecha de vencimiento o seis (6) después, pero en este último caso pagaría la tasa más un recargo establecido por la Ley.</p> |
|---|---|

¿Cuánto tiempo toma registrar una marca?

Cuando ya está depositada la solicitud, debidamente llena y con las autorizaciones que correspondan si aplica el caso, la oficina procederá de la manera siguiente:

PROCEDIMIENTO	TIEMPO	OBSERVACIONES
1 Examen de forma y fondo	15 días	● Al momento de recibir la solicitud un oficial de Servicio al cliente revisará la documentación a depositar y le hará las observaciones, si corresponde; luego se pagan las tasas establecidas.
2 Publicación	30 días	● Vencido este plazo si aun no se ha pagado la tasa correspondiente, la solicitud se considerará abandonada y se perderán las tasas que hubiese pagado ya, al momento de hacer la solicitud.
3 Oposición	45 días	● Se da un plazo para corregir cualquier oposición que surja luego de publicado.
4 Certificado de Registro		● Vencido el plazo de oposición, si no hay objeción, es otorgado el certificado de registro.

¿Cuáles son los costos asociados con la protección de marcas?

Es importante tener en cuenta y presupuestar adecuadamente los costos asociados a la creación y registro de la marca:

- El costo para la creación de un logotipo o una palabra usada como marca, muchas compañías contratan servicios externos para esta tarea.
- El costo por la búsqueda de marcas (véase más adelante).
- El costo variará dependiendo del número de países y categoría de sus productos o las clases de marcas (ver más adelante).
- Algunas compañías deciden contratar un agente especializado en registro de marcas, esto representa un costo

adicional, pero es un ahorro significativo de tiempo y energía, en el proceso de registro.

En la ONAPI podemos encontrar las siguientes tarifas en lo referente a la solicitud, registro y renovación de una marca:

PROCEDIMIENTO/ COSTO RD\$¹

Tasa Para El Registro De Marca Denominativa, Lema Comercial:

Tasa de servicio	4,117.00
Publicación	971.00

Tasa De Registro Marca Colectiva Y De Certificación:

Tasa de servicio	4,117.00
Tasa de Publicación	1,360.00

Tasa De Registro De Marca Mixta:

1-Tasa de servicio	4,117.00
2-Tasa de Publicación	1,360.00

Tasas De Registro De Marca Multiclases:

1-Tasa de servicio	4,117.00
2-Cada clase adicional	3,108.00
3-Tasa de Publicación Marca multiclases (base)	1,943.00
4-Tasa de Publicación Marca multiclases (adicional)	971.00

Tasa De Duplicado De Registro

1-Duplicado	1,943.00
-------------	----------

Costos De Servicios Para Renovación

1-Renovación	2,175.00
2-Publicación	971.00

Otros Servicios

Búsqueda de antecedentes de signos distintivos	389.00
Solicitud de listados de titular	1,554.00
Solicitud de listados por signo	1,554.00
Modificación o Corrección de solicitud en tramite de registro	971.00

¹ Precios vigentes al 2007, para mayor información entrar en la página www.onapi.gob.do

¿Cómo se investiga si la marca esta disponible? ¿Qué es una búsqueda de marca?

Antes de presentar una solicitud de registro, usted debe realizar la búsqueda de marcas para, estar seguros de que la marca que piensa utilizar o una similar, no ha sido registrada ya. La búsqueda puede realizarla usted mismo o contratando un agente de marcas, esta se puede hacer de la siguiente forma:

1. Gratuitamente, a través de la dirección electrónica www.onapi.gov.do entrando al enlace BÚSQUEDA, para Marcas y Nombres;

2. Solicitando, en ONAPI; una búsqueda de antecedentes, en el área de servicio al cliente, previo pago de una tarifa establecida.

3. Vía telefónica con un oficial de servicio al cliente en el teléfono (809) 732-4447 opción

Las marcas están agrupadas por "clases" de acuerdo a los productos o servicios que identifican (véase el Sistema Internacional de Clasificación en el Anexo III). Por consiguiente, empiece por familiarizarse con las 45 clases de marcas diferentes.

▶ UN SISTEMA DE CLASIFICACIÓN ADECUADO

La mayoría de los países exigen que en el formulario de solicitud de marca se indiquen los productos o servicios, o ambos, para los que se desea registrar la marca y agruparlos de acuerdo a sus clases. Esto se refiere a las clases dentro del **Sistema de Clasificación de Marcas**, este sistema permite almacenar la información sobre el registro de marca en forma ordenada en relación con los tipos de productos o servicios. De esta forma se facilita obtener la información desde una base de datos para marcas. Es fundamental registrar su(s) marca(s) en todas las clases en las que se piense usarla.

El sistema de clasificación más ampliamente utilizado es el sistema Internacional de Clasificación de Marcas (el Sistema de Niza para la

clasificación de marcas compuestas por palabras), el cual cuenta con 34 clases para productos y 11 clases para servicio. Para más información sobre el sistema de clasificación de Niza vea el Anexo III o la dirección Web: www.wipo.int/classifications/en/nice/about/.

Ejemplo:

¿Cómo se clasifican los productos? Tomemos un ejemplo. Si su empresa fabrica cuchillos y tenedores, deberá solicitar la marca para los productos correspondientes a la clase 8. Sin embargo, si desea comercializar otro tipo de utensilios de cocina (tales como recipientes, sartenes y ollas) con la misma marca, deberá registrar también la marca en relación con los productos de la clase 21. En algunos países exigen una solicitud aparte para cada clase de producto, mientras que otros permiten incluir varias clases en una solicitud.

¿Necesita contratar un agente de marca para llenar su solicitud?

Como regla general, muchos países no requieren la contratación de un agente de marcas para llenar la solicitud, usted mismo puede hacer su solicitud. Sin embargo, los servicios de un agente de marcas experto en la realización de búsquedas de marcas y familiarizado con el procedimiento detallado para el registro de marcas se puede utilizar para ahorrar tiempo, asegurar que se aplican para la protección de la marca apropiada, en la clase que corresponde y evitar la denegación por motivos absolutos. Si usted solicita el registro de la marca en el extranjero puede ser

obligado a tener un agente de marca que es residente en el país en cuestión.

La ONAPI podrá asesorarle respecto a la exigencia de estar representado por un agente, y facilitarle un listado oficial de oficinas de PI en el exterior (ver Anexo I).

¿Por cuánto tiempo es protegida la marca?

En República Dominicana las marcas están protegidas por 10 años. El registro puede renovarse indefinidamente (usualmente, por periodos consecutivos de 10 años) tomando la previsión de pagar las tasas a tiempo. Asegú-

rese que alguien en su compañía sea el responsable de renovar puntualmente los registros

de marcas en todos los países donde su empresa siga teniendo intereses.

Tipos De Marcas

Marca de Fábrica y/o Servicio	Cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación gráfica apto para distinguir los productos o los servicios de una empresa, de los productos o servicios de otras empresas
Marca Colectiva	Una marca cuya titular es una entidad colectiva que agrupa a personas autorizadas a usar la marca
Marca de Certificación	Una marca aplicada a productos o servicios de terceros, cuyas características o calidad han sido certificadas por el titular de la marca
Marcas Notoriamente conocidas	Un signo distintivo conocido por el sector pertinente del público o de los círculos empresariales en el país, o en el comercio internacional, independientemente de la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido.

¿Qué es una Marca de Servicio?

Una marca de servicio es de naturaleza muy similar a una marca de fábrica. Ambos son signos distintivos, usados para distinguir los productos de una empresa de los de otras, mientras que las marcas de servicio cumplen la misma función en relación con los servicios. Los servicios pueden ser de cualquier tipo, tales como financiero, la banca, los viajes,

de publicidad o de restauración, por nombrar algunos. Las marcas de servicio pueden registrarse, renovarse, cancelarse y cederse la licencia en las mismas condiciones que las marcas de fábrica.

¿Qué es una Marca Colectiva?

Una marca colectiva es en general propiedad de una asociación o de una cooperativa cuyos miembros pueden usar la marca colectiva

para la comercialización de sus productos. La asociación en general, establece un conjunto de criterios para el uso de la marca colectiva (por ejemplo, normas de calidad) y los permisos individuales a las empresas que utilizarán la marca, si se ajustan a dichas normas. Las marcas colectivas pueden ser una forma efectiva para la comercialización de los productos de manera conjunta de un grupo de empresas que les puede resultar más difícil para que los consumidores reconozcan sus marcas individuales y de ser aceptados para su distribución por los principales distribuidores.

¿Qué es una Marca de Certificación?

Las marcas de certificación se dan para el cumplimiento de normas definidas, pero no se limitan a cualquier adhesión. Pueden ser utilizados por cualquier persona cuyos productos cumplen ciertas normas establecidas. En muchos países, la principal diferencia entre las marcas colectivas y las marcas de certificación es que la primera sólo puede utilizarla un grupo específico de empresas como, por ejemplo, los miembros de una asociación, mientras que las marcas de certificación puede ser utilizada por todo aquel que

cumpla con los requisitos establecidos por el titular de la marca de certificación.

Las marcas colectivas y las marcas de certificación pueden ser útiles instrumentos para las Pymes textiles, en el sentido de que contribuyen a superar ciertos obstáculos inherentes a la talla de dichas empresas y el aislamiento en el mercado.

Ejemplos:

Marcas de Certificación



WOOLMARK

En varios países se contempla también la protección de las **marcas de certificación**, que por lo general se conceden conforme a criterios bien definidos pero no están confinadas exclusivamente a los miembros de una u otra entidad concreta. Las marcas de certificación pueden ser utilizadas por toda persona que presente pruebas en el sentido de que los productos que se trate satisfacen ciertos criterios. Entre las marcas de certificación más conocidas está la marca WOOLMARK, que certifica que los productos a los que se aplica están hechos con 100% de lana virgen.

Marcas de Certificación



RUGMARK es una marca de certificación creada por un organismo sin fines lucrativos que se dedica a la lucha contra el trabajo infantil en la India, Nepal y el Pakistán. Con esa marca se garantiza al consumidor que en la fabricación de las alfombras a las que se aplica no ha intervenido mano de obra infantil. Para obtener autorización a fin de utilizar la marca RUGMARK, los fabricantes de alfombras interesados deben registrar sus telares en la Fundación RUGMARK y prestarse a una supervisión permanente, lo que entraña controles en cualquier momento. Las alfombras van numeradas de forma individual de modo que se pueda saber en qué telar fueron fabricadas. Esa es también una forma de proteger los productos contra la falsificación.

¿Qué es una Marca Notoriamente Conocida?

Son marcas que se consideran bien conocidas por la autoridad competente del país donde la protección de la marca se solicita. Las marcas notoriamente conocidas en general, gozan de mayor protección. Por ejemplo, las marcas notoriamente conocidas pueden estar protegidas

aunque no estén registradas (o ni siquiera han sido utilizadas) en un territorio determinado. Además, mientras que las marcas están generalmente protegidas contra la utilización de marcas tan similares que puedan causar confusión, sólo si estas se utilizan para productos idénticos o similares, las marcas notoriamente conocidas están protegidas contra la utilización de cualquier marca similar, incluso para distintos productos, si se cumplen determinadas condiciones. El principal objetivo de esta protección es para evitar que otras empresas se aprovechen de la reputación de una marca notoriamente conocida sin ofrecer nada a cambio y puedan causar daños a su reputación o buen nombre.

Ejemplo:

OSCAR DE LA RENTA

The image shows the signature of Oscar de la Renta in a cursive, handwritten style.

es una famosa marca de ropa de un diseñador dominicano entonces puede beneficiarse de la protección automática en aquellos países donde las marcas notoriamente conocidas gozan de una protección más fuerte y donde la marca de ropa es conocida. La protección también estará disponible para los bienes y servicios no relacionados. Es decir, que si decide otra empresa comercializar otros productos, que van desde perfumes hasta gafas de sol, utilizando la marca OSCAR DE LA RENTA o su logotipo, tendrá que obtener la autorización de Oscar de la Renta Inc o correr el riesgo de ser demandados por violación de infracción de los derechos de marcas.

Indicaciones Geográficas: Otra Herramienta de Propiedad Industrial.

En un gran número de países se protegen los productos de origen geográfico específico en calidad de **indicaciones geográficas**.

Las indicaciones geográficas tienen por finalidad identificar los productos procedentes de un país o de una localidad dentro

de ese país y cuya reputación se deba a calidades o características particulares. Las indicaciones geográficas que se utilizan en relación con determinados productos, principalmente el vino y las bebidas espirituosas, gozan de una protección todavía mayor que la que se concede para otro tipo de productos o productos comercializados con arreglo a una marca colectiva.

ALGODÓN EGIPCIO

El clima templado de que goza Egipto todo el año se presta perfectamente al cultivo del algodón y es la razón principal por la que el algodón egipcio es de una calidad tan superior que goza hoy de reputación a nivel mundial. El gobierno egipcio tomó conciencia del valor de ese producto nacional desde el principio, e impuso ya en 1926 un control estricto de las semillas a fin de velar por que no fueran mezcladas con otras semillas de calidad inferior. En 2001, el Ministerio egipcio de Economía y Comercio Exterior y la Alexandria Cotton Exporters Association (Alcotexa) presentaron conjuntamente una solicitud de registro internacional de marca (N.º 756059 en virtud del sistema de Madrid). De ahí que el algodón egipcio sólo pueda ser utilizado bajo licencia, lo que garantiza la calidad y la superioridad de los productos íntegramente fabricados con ese algodón.



PROTECCIÓN DE LAS ALFOMBRAS IRANÍES MEDIANTE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS



En el sector de producción de alfombras de Irán trabajan hoy 1,5 millones de personas por lo que en el país existen razones de peso, tanto económicas como culturales, para proteger esos productos contra la imitación. Las alfombras iraníes tejidas a mano en numerosas regiones del país son conocidas por las características específicas de cada región: motivos tradicionales, tipo de nudos y métodos de tejer utilizados, colorantes que se extraen de plantas locales, etcétera. Desde hace ya muchos años, los productores locales, que se han agrupado en cooperativas y otras asociaciones, pueden acogerse a las disposiciones jurídicas vigentes en materia de marcas colectivas para proteger esas características que son propias de cada región. Además, el Parlamento iraní acaba de promulgar una ley de protección de las indicaciones geográficas (2005) que refuerza todavía más las posibilidades de los fabricantes de alfombras para proteger los elementos distintivos por los que destacan las alfombras de unas y otras regiones.

Fuente: Special Characteristics of Iranian Hand-Woven Carpets: How to protect them on national and international levels on the basis of geographical indications, por Massoud Taromsari, de la Universidad de Teherán.

FIBRAS PRECIOSAS

La lana de vicuña, fibra natural más valiosa del mundo, se vende a 225 dólares EE.UU. por libra de lana virgen. La vicuña, especie autóctona de llama que vive en una zona de los Andes común a la Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú, es prácticamente imposible de domesticar. Los gobiernos de dichos países han concebido políticas encaminadas a impedir la extinción de dichos animales, velando al mismo tiempo por sacar provecho de las posibilidades económicas extraordinarias que ofrece la comercialización de la lana de vicuña, que por sus cualidades extraordinarias se considera incluso superior a la cachemira. En la época de los Incas, sólo el dirigente y su corte tenían derecho a llevar tan delicada fibra; hoy en Buenos Aires los turistas pueden llegar a pagar hasta 2.000 dólares EE.UU. por un abrigo de vicuña.



Loro Piana, empresa italiana de textiles y de moda, una de cuyas fuerzas principales reside en seleccionar las mejores materias primas del mundo, colabora directamente con el Gobierno del Perú desde hace años en el marco de un programa de lucha contra la extinción de la vicuña. A fin de proteger al animal contra la caza furtiva y de garantizar a la población autóctona un medio de subsistencia, se ha propuesto que cada prenda de vicuña que se comercialice vaya acompañada de un certificado de origen, como ya es el caso en el Perú.



SARIS ÚNICOS TEJIDOS EN TELAR MANUAL

Una indicación geográfica protege actualmente el trabajo de un grupo de tejedores de telar manual de Pochampally, pequeña ciudad del distrito de Nalgonda, en Andhra Pradesh (India), conocida desde hace siglos por su

característico diseño tradicional Ikat. El famoso sari de Pochampally es fruto del arduo trabajo de tejido y tintura de los 5.000 tejedores de telar del pueblo. Se trata de la primera artesanía tradicional india que goza de esta protección gracias a la nueva Ley de Indicaciones Geográficas de ese país, vigente desde 2003.

Muchas otras telas fabricadas en el sudeste asiático también pueden gozar de este tipo de protección. Por ejemplo, la seda longyi hecha a mano, utilizada durante generaciones para realizar sarongs (prendas tradicionales) en Myanmar, cuya compleja realización supone ocho horas de trabajo para tejer una pulgada y al menos tres meses para obtener una pieza completa; o la tela Jusi, bordada y tejida con fibra de seda y de piña, que se luce en ocasiones formales en el norte de Filipinas.

Uso de la Marca

¿Puedo registrar una marca sin haberla usado?

Usted puede solicitar el registro antes de que haya utilizado la marca, pero algunos países no permiten registrar la marca oficialmente hasta que se han

puesto de manifiesto la prueba de uso (por ejemplo, los Estados Unidos). Asimismo, en la mayoría de los casos, una marca que no ha sido utilizada por un período ininterrumpido de tiempo de tres años después de la inscripción pueden ser retirados del registro de marcas. Sin embargo, no se cancelará el registro cuando existieran motivos justificados para la falta de uso.

HACIENDO VALER LOS DERECHOS DE LA MARCA

¿Qué puede hacer su empresa si la marca es usada por otros sin autorización?

La responsabilidad de hacer valer los derechos de una marca es principalmente del titular de la marca. Es a su empresa como titular de una marca que debe identificar las infracciones y decidir qué medidas se deben tomar para hacer cumplir los derechos de marcas.

Siempre es útil solicitar el asesoramiento de expertos si cree que se están infringiendo su marca. Un abogado de propiedad intelectual sería la persona adecuada para darle información sobre las opciones existentes en su país y presumiblemente, también en

los países vecinos para iniciar acciones contra la falsificación y la infracción y le proporcionará asesoramiento sobre la forma de hacer valer los derechos.

Si su empresa considera que la infracción ha sido deliberada y conoce la ubicación donde se lleva a cabo la actividad infractora, entonces tal vez desee tomar acción mediante la obtención con la ayuda de un abogado de marcas de una orden allanamiento, registro e incautación (por lo general, de un tribunal competente o la policía); con la ayuda de un abogado de marcas y aprovechando el factor sorpresa, puede llevar a cabo un ataque sin aviso previo a la empresa presuntamente infractora o la persona.

Si es comprobada la infracción la Ley contempla desde tres meses a dos años de prisión y multa en metálico de diez a cincuenta salarios mínimos o ambas penas de comprobarse la intencionalidad del hecho.

Con el fin de impedir la importación de mercancías de marcas falsificadas, las medidas fronterizas están disponibles para los titulares de marcas en muchos países a través de las autoridades aduaneras nacionales. Como

titular de una marca, su empresa puede solicitar la asistencia de las autoridades aduaneras en la frontera, es decir, antes de que las mercancías falsificadas, sean distribuidas en el país en cuestión. La asistencia de las aduanas en general, exigen el pago de tasas, para lo cual tendrá que contactar con las autoridades aduaneras, en República Dominicana en la dirección web www.dga.gov.do, se pueden obtener mayores informaciones sobre las medidas de fronteras y las tasas.

En algunos casos, una forma eficaz de hacer frente a la infracción es a través de la mediación o el arbitraje. Por lo general, el arbitraje, tiene la ventaja de ser menos formal, el procedimiento más corto y más barato que los procedimientos judiciales, y un laudo arbitral es más fácil aplicarlo internacionalmente. Una de las ventajas de la mediación es que las partes conservan el control del proceso de solución de controversias. Como tal, puede ayudar a preservar las buenas relaciones comerciales con la parte infractora por si desea establecer una colaboración en el futuro. Para obtener más información sobre arbitraje y mediación, véase el sitio de Internet del Centro de

Arbitraje y Mediación en: / arbiter.
wipo.int / center / index.html

5. La protección de la Propiedad Industrial (P.I.) en el exterior

La protección de la P.I. es territorial, es decir que suele limitarse al país o la región en los que se ha conferido. En consecuencia, determinar en qué otros países la empresa deberá proteger su P.I. constituye una decisión fundamental de los directivos. En estas situaciones, el tiempo apremia:

la fecha de presentación de la primera solicitud de **patente** para una invención determinada se denomina **fecha de prioridad**. Cualquier solicitud posterior presentada en otro país en el plazo de 12 meses a partir de esa fecha (es decir, el plazo de prioridad) gozará de las ventajas correspondientes a la solicitud anterior y tendrá prioridad respecto de otras solicitudes presentadas por otros después de la fecha de prioridad y en relación con la misma invención. Es muy aconsejable presentar solicitudes de patente en el exterior dentro

del plazo de prioridad. Después de la expiración de este plazo, y hasta la primera publicación de la patente por la oficina de patentes (por lo general, 18 meses después de la fecha de prioridad), todavía podrá presentarse una solicitud de protección para la misma invención en otros países, pero ya no podrá invocarse la prioridad de la solicitud anterior.

Por lo que respecta a los **diseños industriales**, el solicitante suele disponer de seis meses a partir de la fecha en que se presentó la solicitud de protección en el primer país para invocar el derecho de prioridad al solicitar la protección de un diseño en otros países. Una vez vencido este plazo, el solicitante no podrá solicitar protección para el diseño en otros países, puesto que el diseño ya no será considerado nuevo.

No existe la reivindicación de prioridad para el registro de las **marcas**. El registro de una marca en un país confiere derechos sólo en ese país, a menos que se trate de una marca notoriamente conocida.

TRES VÍAS DE PROTECCIÓN

Vía nacional: Puede solicitarse protección en las oficinas nacionales de P.I. en forma independiente, en cada uno de los países en los que se desea obtener protección. Este proceso puede ser engorroso y costoso. Por lo general, se exige la traducción al idioma nacional del país, así como el pago de tasas administrativas y otras tasas impuestas por ley (Ver listado de oficinas de PI mundiales)

Vía regional: Ciertos acuerdos regionales prevén el registro de diseños en un grupo de países signatarios del acuerdo de que se trate. Un solicitante interesado en obtener protección en esos países puede presentar una única solicitud en la oficina de P.I. de la región en cuestión.

Entre las oficinas regionales de P.I. en las que pueden registrarse un **diseño industrial** y una **marca** cabe destacar:

- la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI) (www.oapi.net);
- la Organización Regional Africana de la Propiedad

Intelectual (ARIPO) (www.aripo.org);

- la Oficina de Dibujos y Modelos del Benelux (BBDM) (www.bbtmbbdm.org)
- la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) (www.oami.eu.int/).

Entre las oficinas regionales en las que puede solicitarse una **patente** cabe destacar:

- la Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI) (www.oapi.net);
- la Organización Regional Africana de la Propiedad Intelectual (ARIPO) (www.aripo.org);
- la Organización Eurasiática de Patentes (OEAP) (www.eapo.org);
- la Oficina Europea de Patentes (OEP) (www.epo.org); y
- la Oficina de Patentes del Consejo de Cooperación del Golfo (www.gulf-patent-office-org.sa).

VÍA INTERNACIONAL:

DISEÑOS INDUSTRIALES – Las empresas que desean registrar sus diseños en varios países también pueden ahorrar tiempo y dinero valiéndose del mecanismo que ofrece el **Sistema de La Haya**, administrado por la OMPI. Un solicitante de un país miembro puede presentar una única solicitud internacional en la OMPI, en la que se designen todos los países miembros que desee. Para más información, visite el sitio Web de la OMPI en: www.wipo.int/hague/es.

PATENTES – El **Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT)**, administrado por la OMPI, prevé la presentación de una única solicitud de patente para obtener la protección de una invención en cualquier país que sea miembro del PCT. Para que una empresa pueda utilizar los servicios del PCT, debe tener un establecimiento industrial o

comercial, real y efectivo, en uno de esos países. La solicitud puede presentarse tanto en una oficina nacional o regional de patentes como en la Oficina receptora del PCT, en la OMPI. Para más información véase el sitio Web de la OMPI en: www.wipo.int/patentscope/es/.

MARCAS – Mediante la presentación de una única solicitud, el Sistema de **Madrid**, administrado por la OMPI, pone a disposición un procedimiento económico de registro y mantenimiento de una marca en los países que forman parte del Sistema. Para poder utilizar este Sistema, el país del que procede el solicitante debe formar parte del mismo y la marca en cuestión debe haber sido registrada, o su registro haber sido solicitado o haber surtido efecto, en ese país. Para más información véase el sitio Web de la OMPI en: www.wipo.int/madrid/es.

ANEXO I

Sitios Web de oficinas nacionales y regionales de propiedad intelectual

Alemania	http://www.dpma.de
Andorra	http://www.omp.ad
Argelia	http://www.inapi.org
Argentina	http://www.inpi.gov.ar/
Armenia	http://www.armpatent.org
Australia	http://www.ipaustralia.gov.au/
Austria	http://www.patent.bmw.gv.at/
Barbados	http://www.caipo.gov.bb/
Bélgica	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/belgium
Belice	http://www.belipo.bz
Benelux (Oficina de Dibujos y Modelos del Benelux. BBDM)	http://www.bbtm-bbdm.org/
Bolivia	http://www.senapi.gov.bo
Bosnia y Herzegovina	http://www.bih.net.ba/zsmp
Brasil	http://www.inpi.gov.br
Bulgaria	http://www.bpo.bg/
Canadá	http://www.cipo.gc.ca
China	http://www.sipo.gov.cn
China: Hong Kong (RAE)	http://www.info.gov.hk/ipd
China: Macao (RAE)	http://www.economia.gov.mo
Chile	http://www.proind.gov.cl
Colombia	http://www.sic.gov.co
Congo	http://www.anpi.cg.wipo.net
Costa Rica	http://www.registronacional.go.cr
Croacia	http://www.dziv.hr/
Cuba	http://www.ocpi.cu
Dinamarca	http://www.dkpto.dk/
Egipto	http://www.egypo.gov.eg
Eslovaquia	http://www.indprop.gov.sk
Eslovenia	http://www.sipo.mzt.si
España	http://www.oepm.es
Estados Unidos de América	http://www.uspto.gov
Estonia	http://www.epa.ee

Federación de Rusia	http://www.rupto.ru
Filipinas	http://www.ipophil.gov.ph/
Finlandia	http://www.prh.fi
Francia	http://www.inpi.fr
Georgia	http://www.sakpatenti.org.ge/
Grecia	http://www.gge.gr
Hungría	http://www.hpo.hu/
Islandia	http://www.els.stjr.is
India	http://www.patentoffice.nic.in
Indonesia	http://www.dgip.go.id
Irlanda	http://www.patentsoffice.ie
Israel	http://www.justice.gov.il/rasham+haptentim/
Italia	http://www.european-patent-office.org/it/
Japón	http://www.jpo.go.jp
Jordania	http://www.mit.gov.jo
Kazajstán	http://www.kazpatent.kz
Kenya	http://www.kipo.ke.wipo.net
Kirguistán	http://www.krygyzpatent.kg
Lituania	http://www.vpb.lt/
Luxemburgo	http://www.etat.lu/EC/
Macao	http://www.economia.gov.mo
Malasia	http://www.kpdnhq.gov.my/
México	http://www.impi.gob.mx/
Mónaco	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/
Mongolia	http://www.mongol.net/ipom
Marruecos	http://www.ompic.org.ma/
Nepal	http://www.ip.np.wipo.net
Nueva Zelandia	http://www.iponz.govt.nz
Noruega	http://www.patentstyret.no
Organización Africana de la Propiedad Intelectual (OAPI)	http://www.oapi.wipo.net/
Organización Regional Africana de la Propiedad Industrial (ARIPO)	http://www.aripo.wipo.net/
Países Bajos	http://www.bie.minez.nl
Panamá	http://www.mici.gob.pa/comintf.html
Perú	http://www.indecopi.gob.pe/

Polonia	http://www.uprp.pl/
Portugal	http://www.inpi.pt/
Reino Unido	http://www.patent.gov.uk
República Checa	http://www.upv.cz
República de Corea	http://www.kipo.go.kr
República de Macedonia	http://www.ippo.gov.mk/
República de Moldova	http://www.agepi.md/
República Democrática Popular Lao	http://www.stea.la.wipo.net/
República Dominicana	http://www.onapi.gov.do
Rumania	http://www.osim.ro
Serbia y Montenegro	http://www.yupat.sv.gov.yu
Singapur	http://www.ipos.gov.sg
Suecia	http://www.prv.se
Suiza	http://www.ige.ch
Tayikistán	http://www.tipat.org
Tailandia	http://www.ipthailand.org
Turquía	http://www.turkpatent.gov.tr
Ucrania	http://www.ukrpatent.org/
Unión Europea (Oficina de Armonización del Mercado Interior)	http://oami.eu.int/
Uruguay	http://www.dnpi.gub.uy
Uzbekistán	http://www.patent.uz
Venezuela	http://www.sapi.gov.ve

ANEXO II

Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales del Arreglo de Locarno

LISTA DE CLASES

1. Productos alimentarios
2. Artículos de vestir y mercería
3. Artículos de viaje, estuches, parasoles y objetos personales, no comprendidos en otras clases
4. Cepillería
5. Artículos textiles no confeccionados, láminas de material artificial o natural
6. Mobiliario
7. Artículos de uso doméstico no comprendidos en otras clases
8. Herramientas y quincallería
9. Envases, embalajes y recipientes para el transporte o manipulación de mercancías
10. Artículos de relojería y otros instrumentos de medida, instrumentos de control o de señalización
11. Objetos de adorno
12. Medios de transporte y elevación
13. Aparatos de producción, de distribución o de transformación de la energía eléctrica
14. Aparatos de registro, de telecomunicación y de tratamiento de la información
15. Máquinas no comprendidas en otras clases
16. Artículos de fotografía, de cinematografía o de óptica
17. Instrumentos de música
18. Imprenta y máquinas de oficina

19. Papelería, artículos de oficina, materiales para artistas o para la enseñanza
20. Equipo para la venta o de publicidad, signos indicadores
21. Juegos, juguetes, tiendas y artículos de deporte
22. Armas, artículos de pirotecnia, artículos para la caza, la pesca y la destrucción de animales nocivos
23. Instalaciones para la distribución de fluidos, instalaciones de saneamiento, de calefacción, de ventilación o de acondicionamiento de aire, combustibles sólidos
24. Medicina y laboratorios
25. Construcciones y elementos de construcción
26. Aparatos de alumbrado
27. Tabaco y artículos para fumadores
28. Productos farmacéuticos o de cosmética, artículos y equipo de tocador
29. Dispositivos y equipo contra el fuego, productos farmacéuticos o de cosmética, artículos y equipo de tocador
30. Artículos para el cuidado y la atención de los animales
31. Máquinas y aparatos para preparar comidas o bebidas, no comprendidos en otras clases
99. Varios

ANEXO III

Clasificación Internacional de Productos y Servicios a los fines Del Registro de las Marcas, en el marco del Arreglo de Niza

TITULOS DE LAS CLASES

PRODUCTOS

CLASE 1 Productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.

CLASE 2 Colores, barnices, lacas; preservativos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.

CLASE 3 Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.

CLASE 4 Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, recoger y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías, mechas.

CLASE 5 Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

CLASE 6 Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; Construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales.

CLASE 7 Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y órganos de transmisión (excepto aquellos para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean manuales; incubadoras de huevos.

CLASE 8 Herramientas e instrumentos de mano impulsados manualmente; cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitarse.

CLASE 9 Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipos para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.

CLASE 10 Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.

CLASE 11 Aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de cocción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.

CLASE 12 Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.

CLASE 13 Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos de artificio.

CLASE 14 Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendidos en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas; relojería e instrumentos cronométricos.

CLASE 15 Instrumentos de música.

CLASE 16 Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para empaque (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.

CLASE 17 Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos.

CLASE 18 Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y guarnicionería.

CLASE 19 Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

CLASE 20 Muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas.

CLASE 21 Utensilios y recipientes para el menaje y la cocina (que no sean de metales preciosos ni chapados); peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases.

CLASE 22 Cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.

CLASE 23 Hilos para uso textil.

CLASE 24 Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.

CLASE 25 Vestidos, calzados, sombrerería.

CLASE 26 Puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.

CLASE 27 Alfombras, felpudos, esteras, linóleoum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materias textiles.

CLASE 28 Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.

CLASE 29 Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

CLASE 30 Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hiel.

CLASE 31 Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para los animales; malta.

CLASE 32 Cervezas; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.

CLASE 33 Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).

CLASE 34 Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

SERVICIOS

CLASE 35 Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

CLASE 36 Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios.

CLASE 37 Construcción; reparación; servicios de instalación.

CLASE 38 Telecomunicaciones.

CLASE 39 Transporte; embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes.

CLASE 40 Tratamiento de materiales.

CLASE 41 Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.

CLASE 42 Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y programas de ordenador ("software"); servicios jurídicos.

CLASE 43 Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

CLASE 44 Servicios médicos; servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

CLASE 45 Servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas.

En octubre de 2003, 72 Estados eran parte en el Arreglo de Niza. Que han adoptado y aplican la Clasificación de Niza a los fines del registro de marcas.

Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Diseñadores. <input type="checkbox"/> Persona Natural. <input type="checkbox"/> Persona Jurídica.						
Nombre y Dirección: (Apellidos seguidos del nombre(s); si se trata de una persona jurídica la razón social o designación oficial completa. En la dirección debe figurar el código postal y nombre del país).	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Diseñador únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante y Diseñador.					
	Teléfono:					
	Fax:					
	E-mail:					
	<table border="1"> <tr> <td>Nacionalidad o Ciudadanía</td> <td>Sexo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td>F <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo		M <input type="checkbox"/>	
Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo					
	M <input type="checkbox"/>					
	F <input type="checkbox"/>					
Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Diseñadores. <input type="checkbox"/> Persona Natural. <input type="checkbox"/> Persona Jurídica.						
Nombre y Dirección: (Apellidos seguidos del nombre(s); si se trata de una persona jurídica la razón social o designación oficial completa. En la dirección debe figurar el código postal y nombre del país).	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Diseñador únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante y Diseñador.					
	Teléfono:					
	Fax:					
	E-mail:					
	<table border="1"> <tr> <td>Nacionalidad o Ciudadanía</td> <td>Sexo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td>F <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo		M <input type="checkbox"/>	
Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo					
	M <input type="checkbox"/>					
	F <input type="checkbox"/>					
Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Diseñadores. <input type="checkbox"/> Persona Natural. <input type="checkbox"/> Persona Jurídica.						
Nombre y Dirección: (Apellidos seguidos del nombre(s); si se trata de una persona jurídica la razón social o designación oficial completa. En la dirección debe figurar el código postal y nombre del país).	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Diseñador únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente. <input type="checkbox"/> Solicitante y Diseñador.					
	Teléfono:					
	Fax:					
	E-mail:					
	<table border="1"> <tr> <td>Nacionalidad o Ciudadanía</td> <td>Sexo</td> </tr> <tr> <td></td> <td>M <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td></td> <td>F <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo		M <input type="checkbox"/>	
Nacionalidad o Ciudadanía	Sexo					
	M <input type="checkbox"/>					
	F <input type="checkbox"/>					

ANEXO V



Solicitud de Registro Invención y Modelo de Utilidad

OFICINA NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Av. Los Próceres No. 11, Santo Domingo, Rep. Dom.
Tel. (809) 567-7474 Fax: (809) 732-7758

ONAPI

Sección I. Solicitud: <input type="checkbox"/> Patente de Invención. <input type="checkbox"/> Modelo de Utilidad.		Tipo de solicitud: <input type="checkbox"/> Solicitud divisional. <input type="checkbox"/> Cambio de modalidad. No. Solicitud originaria:		Uso exclusivo de ONAPI	
		No. Solicitud:		Fecha de Presentación:	
		Fecha de Solicitud:		Hora: Minutos:	
		Fecha de divulgación previa de presentación en lugar distinto a ONAPI.		Clasificación internacional de patentes (CIP).	
Sección II. Título.					
Sección III. Solicitantes.					
Nombre: Apellidos: Nacionalidad: País de residencia: Provincia / Estado: Municipio /Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.				Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/> Jurídica	
Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Inventores.				Esta persona es: <input type="checkbox"/> Solicitante e inventor	
Nombre: Apellidos: Nacionalidad: País de residencia: Provincia / Estado: Municipio /Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.				Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	
Sección V. Gestor o representante.				Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/> Jurídica	
Nombre: Apellidos: Nacionalidad: Provincia: Municipio /Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.				Esta persona es: <input type="checkbox"/> Inventor únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante e inventor	
Nombre: Apellidos: Nacionalidad: Provincia: Municipio /Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.				Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	
Nombre: Apellidos: Nacionalidad: Provincia: Municipio /Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.				Firma:	

Formulario Solicitud Patente / Versión 2007-04

Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Inventores.	
Nombres: Apellidos: Nacionalidad: País de residencia: Provincia / Estado: Municipio / Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.	Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/> Jurídica
	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Inventor únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante e inventor
	Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Inventores.	
Nombres: Apellidos: Nacionalidad: País de residencia: Provincia / Estado: Municipio / Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.	Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/> Jurídica
	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Inventor únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante e inventor
	Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
Sección IV. Otros Solicitantes y/o (otros) Inventores.	
Nombres: Apellidos: Nacionalidad: País de residencia: Provincia / Estado: Municipio / Ciudad: Sector: Calle / Casa No.: Código Postal: Teléfono: Correo electrónico: Tipo de Identificación <input type="checkbox"/> RNC <input type="checkbox"/> Cédula <input type="checkbox"/> Pasaporte: No.	Tipo de persona: <input type="checkbox"/> Física <input type="checkbox"/> Jurídica
	Esta persona es: <input type="checkbox"/> Inventor únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante únicamente <input type="checkbox"/> Solicitante e inventor
	Sexo: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino

Formulario Solicitante Inventor / Versión 2007-04


Sección VI. Datos de Solicitud Internacional.
 Presentación en virtud del Tratado de Cooperación de Patentes PCT.

Fecha solicitud Internacional	No. solicitud Internacional	No. publicación Internacional	Fecha Publicación Internacional
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	---------------------------------

Sección VII. Reivindicación de Prioridad.
 Prioridad Convencional. (Si son más de seis (6) países, reproducir esta hoja aparte).

País.	Fecha Presentación.	No. Solicitud.

Sección VIII. Lista de Verificación.

Esta solicitud contiene los siguientes documentos.

1. Formulario de solicitud. * _____ Cant. Págs.
2. Resumen. _____ Cant. Págs.
3. Descripción.* _____ Cant. Págs.
4. Reivindicaciones.* (Cant. _____) _____ Cant. Págs.
5. Dibujos. _____ Cant. Págs.
6. Relación de secuencia de nucleótido y Aminoácidos (en papel y Diskette). _____ Cant. Págs.
7. Comprobante de pago de tasa.* _____ Cant. Págs.

Esta solicitud se acompaña además de:

- Copia de la memoria descriptiva en español.
- Memoria descriptiva en soporte electrónico.
- Memoria descriptiva en otro idioma que no sea el español.
- Documento de Cesión.
- Traducción Documento de Cesión.
- Copia Certificada Prioridad Convencional.
- Traducción Copia Certificada Prioridad.
- Poder de Representación.
- Traducción del Poder de Representación.

* De no ser presentado, su solicitud no tendrá fecha de presentación. (Art. 12 Ley 20-00).

Otros:

Sección IX. Firma del Solicitante, Gestor o Representante.
USO EXCLUSIVO DE ONAPI.
Sección X. Persona que recibe la solicitud.

(Apellidos y nombre(s)).

Firma.

Sello.

Label ONAPI uso interno. (al dorso)

ANEXO VI



Solicitud de Registro de Marcas de Fábricas
OFICINA NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
Av. Los Próceres No. 11, Santo Domingo, Rep. Dom.
Tel.: (809)567-7474 Fax: (809)732-7758



(DATOS DEL SOLICITANTE) NOMBRES Y APELLIDOS O RAZÓN SOCIAL					
No. de Cédula de identidad, Pasaporte (si es extranjero), o de RNC (si es una empresa)				Nacionalidad	
Domicilio(para recibir notificaciones) Calle					Número
Sector			Código Postal		
Ciudad	Estado/Provincia		País		
Teléfono	Fax	Correo electrónico			
DATOS DEL REPRESENTANTE (si lo fuere) Nombres y Apellidos					
No. de Cédula de identidad					
Domicilio(para recibir notificaciones) Calle					Número
Sector			Código Postal		
Ciudad	Estado/Provincia		País		
Teléfono	Fax	Correo electrónico			
DATOS DE LA MARCA Tipo de la marca					
<input type="checkbox"/> Denominativa		<input type="checkbox"/> Figurativa		<input type="checkbox"/> Mixta	
<input type="checkbox"/> Tridimensional					
Denominación o título de la marca					
Descripción de la marca (si procede)					
Destinado a proteger los siguientes productos o servicios				Reproducción de la marca (si procede)	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Clase (s) <input style="width: 50px;" type="text"/> No(s) <input style="width: 50px;" type="text"/> </div>					
<input type="checkbox"/> Prioridad extranjera (en caso de tenerla)		País		Número	
Nombre		Firma		Fecha	



CONTACTOS PARA SOLICITUD DE INFORMACIÓN

OFICINA PRINCIPAL

Av. Los Próceres No.11, Santo Domingo, D.N.

Tel.: (809) 567-7474 • Fax (809) 732-7758

LINEAS DE ATENCIÓN AL USUARIO

(809) 732-4447

DESDE EL INTERIOR SIN CARGO

1-809-200-0972

MUNICIPIO SANTO DOMINGO ESTE

Km 8½ Carretera Mella

Plaza Wilmart, Local 2

Tel.: (809) 788-5266 • Fax (809) 596-5836

SANTIAGO DE LOS CABALLEROS

Av. Estrella Sadhalá,

Edificio Antonio Guzmán Fernández

Tel.: (809) 582-4059

PORTAL DE INTERNET

www.onapi.gob.do