



CHARLA

“Aprende Cómo Registrar tu Marca ”



Aprende como registrar tu marca

Pablo Bonilla

¿Qué es Propiedad Intelectual?

Es un conjunto de reglas o Tratados internacionales, leyes, reglamentos. Que protegen las creaciones intelectuales humanas. En el mundo existe la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

En Costa Rica, la entidad encargada de regular y administrar el registro de bienes y derechos es el **Registro Nacional**. Esta institución es responsable de la inscripción, control y resguardo de documentos relacionados con bienes inmuebles, propiedad intelectual, comercio y vehículos. Su función principal es garantizar la seguridad jurídica y transparencia en los procesos registrales, permitiendo que los ciudadanos y empresas realicen trámites como inscripción de marcas, títulos de propiedad y constitución de sociedades de manera eficiente y confiable.

Me robaron las ideas

Ideas

Algunas definiciones de "idea":

5. f. Intención de hacer algo....

7.f. Ingenio para disponer, inventar y trazar una cosa. ...

8. f. *ocurrencia* (idea inesperada)

Creaciones / invenciones

- Plasmar la idea
- Llevarla a algo concreto

Arte, productos, marcas





Las Ideas

- Las ideas representan el primer paso en el proceso creativo, pero por sí solas no tienen protección legal ni valor tangible. Algunas definiciones clave incluyen:
- **Intención de hacer algo:** Un pensamiento inicial o un propósito.
- **Ingenio para inventar o trazar una cosa:** Capacidad creativa sin materialización.
- **Ocurrencia (idea inesperada):** Un destello de creatividad sin desarrollo estructurado.
- *Las ideas, aunque sean innovadoras, no tienen reconocimiento formal hasta que se transforman en una creación concreta.*

Creaciones / Invenciones

- Para que una idea tenga valor y pueda protegerse legalmente, debe materializarse en algo concreto. Esto implica:
Plasmar la idea: Convertir el pensamiento en algo tangible.
Llevarla a algo concreto: Crear un producto, una obra de arte, una marca, una patente, etc.

Ejemplos:

- Invenciones patentadas (*como el caso de Kodak*).
- Creaciones artísticas (*como la composición musical*).
- Desarrollo de marcas (*como Coca-Cola, Apple o Google*).

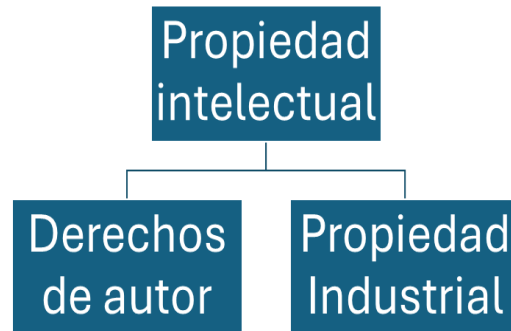


- *La diferencia clave es que una idea sin ejecución no tiene valor comercial o protección legal, mientras que una invención o creación sí puede obtener derechos y generar beneficios.*

Conclusión. Si tienes una gran idea, el siguiente paso es desarrollarla, documentarla y llevarla a la realidad para que tenga impacto y protección.

PI se divide en 2 grandes áreas

Este cuadro representa la estructura de la **Propiedad Intelectual**, dividiéndola en dos grandes categorías: **Derechos de Autor** y **Propiedad Industrial**. A continuación, se explica cada una de ellas con mayor detalle.




Propiedad Intelectual. La propiedad intelectual se refiere a los derechos legales sobre creaciones de la mente, que pueden incluir obras artísticas, invenciones, marcas comerciales y diseños industriales. Su propósito es proteger los derechos de los creadores y fomentar la innovación.

Derechos de Autor

Los derechos de autor protegen **las creaciones originales** en el ámbito artístico, literario y científico. Esto incluye: Obras literarias (libros, artículos, poesías) Música y composiciones Películas y programas audiovisuales Fotografías, pinturas y esculturas Software y programas informáticos





En la mayoría de los países, los derechos de autor duran toda la vida del autor + 50 a 70 años después de su fallecimiento.

La propiedad industrial protege las invenciones y signos distintivos en el ámbito comercial e industrial. Se divide en:

- ✓ **Patentes** – Protección sobre invenciones y nuevos desarrollos tecnológicos.
- ✓ **Modelos de utilidad** – Pequeñas mejoras a productos ya existentes.
- ✓ **Marcas** – Nombres, logotipos o símbolos que identifican productos o servicios.
- ✓ **Diseños industriales** – Aspecto estético de un producto, como su forma o color.
- ✓ **Indicación geográfica y denominaciones de origen** – Productos cuyo nombre está ligado a una ubicación específica (ejemplo: Café de Costa Rica).

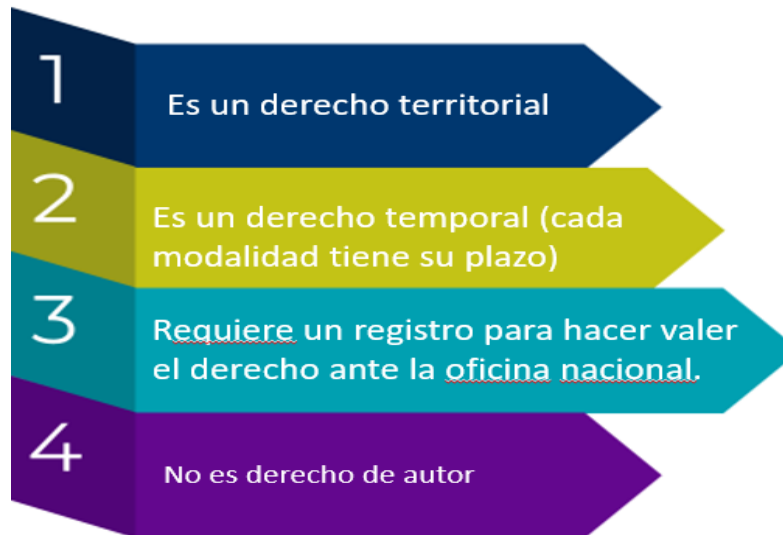
Duración: Las patentes duran hasta 20 años. Las marcas pueden renovarse indefinidamente.

La Propiedad Intelectual es clave para proteger la creatividad e innovación, asegurando que creadores y empresas puedan beneficiarse de su trabajo y evitar el uso no autorizado de sus creaciones.

¿Qué es la Propiedad Industrial? La Propiedad Industrial es una rama de la propiedad intelectual que protege las creaciones relacionadas con la industria, el comercio y la innovación tecnológica. Su objetivo es garantizar a los creadores y empresas el derecho exclusivo sobre sus invenciones, marcas, diseños y otros activos industriales, fomentando la competencia leal y el desarrollo económico.




Propiedad Industrial



Principales Características de la Propiedad Industrial

1. **Es un derecho territorial.** La protección de la propiedad industrial solo tiene validez en el país o territorio donde se haya registrado. Para obtener protección en diferentes países, es necesario realizar registros en cada jurisdicción correspondiente.
2. **Es un derecho temporal.** Cada modalidad de propiedad industrial tiene un tiempo de protección específico. Por ejemplo:
 - o Las patentes suelen tener una duración de **20 años**.
 - o Los modelos de utilidad pueden tener un plazo de **10 años**.
 - o Los diseños industriales y las marcas deben renovarse periódicamente para mantener su validez.



- 
3. **Requiere un registro oficial.** Para hacer valer el derecho de propiedad industrial, es obligatorio registrarlo ante la oficina nacional de propiedad industrial de cada país. Este trámite otorga exclusividad al titular y permite defender legalmente su uso frente a terceros.
 4. **No es un derecho de autor.** La propiedad industrial protege invenciones, marcas y diseños utilizados en la industria y el comercio. No debe confundirse con los derechos de autor, que protegen obras artísticas, literarias, musicales y audiovisuales sin necesidad de registro formal.

La propiedad industrial es clave para proteger la innovación y la identidad comercial de las empresas, asegurando su exclusividad y competitividad en el mercado.

Algunas de las Modalidades de Protección en Propiedad Industrial

La **Propiedad Industrial** ofrece diversas formas de protección para garantizar la exclusividad y derechos sobre creaciones innovadoras en el ámbito comercial y tecnológico. Las principales modalidades de protección:

1. **Patente de Invención**
 - Protege invenciones novedosas con aplicación industrial.
 - Brinda exclusividad por un período determinado (generalmente 20 años).
2. **Modelos de Utilidad**
 - Protege mejoras funcionales de productos ya existentes.
 - Tiene un proceso de registro más ágil y una duración más corta que una patente.



3. Secretos Industriales

- Información confidencial con valor comercial (ejemplo: fórmulas, procesos).
- No requiere registro, pero exige medidas de seguridad para su protección legal.

4. Diseños y Modelos Industriales

- Protege la apariencia estética de productos industriales.
- Se aplica a formas, líneas, contornos y colores novedosos.

5. Marcas

- Protege signos distintivos que identifican productos o servicios en el mercado.
- Puede ser un nombre, logotipo, eslogan, color o combinación de estos.

6. Indicaciones Geográficas

- Protege nombres de productos con un origen geográfico específico que influye en su calidad o reputación (ejemplo: vinos, café).

7. Obtentores Vegetales

- Protege nuevas variedades de plantas que han sido desarrolladas mediante mejoramiento genético.
- Brinda derechos exclusivos sobre su reproducción y comercialización.



8. Registro de Sistemas de Trazado de Circuitos Integrados

- Protege el diseño y disposición de los circuitos electrónicos en chips y microprocesadores.
- Es esencial para la industria de la tecnología y electrónica.

Estas modalidades de protección permiten a empresas e innovadores salvaguardar sus creaciones y obtener ventajas competitivas en el mercado.

Marcas Reconocidas

Los ejemplos que ves en la imagen son **marcas reconocidas** mundialmente. Las marcas son signos, símbolos o nombres que permiten identificar productos o servicios en el mercado, ayudando a crear una identidad única para cada empresa o producto. Aquí te presento un breve análisis de algunas de las marcas que aparecen:




1. **Yahoo!:** Una de las primeras plataformas de internet, conocida principalmente por su motor de búsqueda y otros servicios web. Su marca es reconocida por su logo distintivo con el signo de exclamación.
2. **Adidas:** Una marca global líder en ropa deportiva, reconocida por su logotipo de las tres rayas. Es un claro ejemplo de cómo una marca se asocia con un sector específico (ropa y calzado deportivo).



3. **BBC:** La British Broadcasting Corporation es un emblema de medios de comunicación, conocida mundialmente por su confiabilidad y su logotipo simple pero reconocido globalmente.
4. **Nike:** Con su famoso "Swoosh", Nike es una de las marcas más poderosas en el mundo del deporte, conocida no solo por sus productos, sino por la imagen que ha creado en torno al rendimiento y el éxito.
5. **Coca-Cola:** Sin duda, una de las marcas más famosas del mundo. Su logo rojo y su tipografía distintiva son un símbolo de bebidas refrescantes, y ha logrado un gran impacto en la cultura global.
6. **FedEx:** Esta marca de mensajería y logística es famosa por su logotipo, que tiene una flecha oculta en el espacio entre la "E" y la "x", simbolizando velocidad y precisión.
7. **Google:** La marca líder en búsqueda en internet, con su logo simple y colorido, ha sido sinónimo de accesibilidad y vasto conocimiento.
8. **Harley-Davidson:** Reconocida en todo el mundo como la marca de motocicletas más prestigiosa, su logotipo de escudo refleja fuerza y tradición.
9. **NFL:** La National Football League es la liga más importante de fútbol americano en Estados Unidos, y su logo es sinónimo de la cultura deportiva estadounidense.
10. **Volkswagen:** La marca alemana de automóviles es conocida por su logotipo de círculo con las letras "V" y "W" que representa confiabilidad y calidad alemana.



- 
11. **McDonald's:** El logotipo de los "Arcos Dorados" es una de las imágenes más reconocibles globalmente. McDonald's ha construido una marca asociada a la comida rápida, a la consistencia y a la conveniencia.
 12. **Lexus:** Esta marca de automóviles de lujo japonesa tiene un logotipo sofisticado, que refleja la calidad y la elegancia de sus vehículos.
 13. **Mobil:** Empresa energética conocida por su logotipo en color rojo y azul. Es reconocida globalmente por su producción y venta de combustibles.
 14. **Puma:** Marca deportiva rival de Adidas y Nike, conocida por su logo de puma saltando, simbolizando velocidad y agilidad.
 15. **Pepsi:** Competencia directa de Coca-Cola, con su icónico logo en rojo, blanco y azul, que está vinculado a la frescura y energía.


Estas marcas son ejemplos claros de cómo una marca bien posicionada, con un logo fuerte y una identidad sólida, puede convertirse en un referente mundial. La protección de la marca mediante el registro es crucial para asegurar que estos símbolos y nombres sean únicos y exclusivos para la empresa propietaria.

¿Qué es una marca?

Una **marca** es cualquier signo, símbolo o combinación de elementos visuales y/o sonoros que permiten diferenciar los productos o servicios de una empresa o persona en el mercado. Su función principal es otorgar identidad y exclusividad, evitando la confusión con otras empresas o productos similares.

En **Costa Rica**, el uso y protección de las marcas están regulados por la **Ley N° 7978 - Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos**, que establece los derechos y obligaciones de los propietarios de marcas, así como el proceso de registro y protección legal contra el uso indebido por terceros.





Registrar una marca no solo brinda seguridad jurídica y exclusividad, sino que también fortalece la imagen comercial y la confianza de los consumidores en el producto o servicio que representa.

¿Qué es la Clasificación de Niza?

La Clasificación de Niza es un sistema internacional utilizado para clasificar los productos y servicios con el fin de registrar marcas. Fue establecida en el **Arreglo de Niza** (1957) y es administrada por la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**.

¿Para qué sirve?

1. Este sistema organiza los productos y servicios en **45 clases**:
 - **Clases 1 a 34**: Corresponden a **productos**.
 - **Clases 35 a 45**: Corresponden a **servicios**.
2. Cada clase agrupa productos o servicios similares, facilitando el registro y la protección de una marca dentro de su sector comercial. Al registrar una marca, es necesario especificar en qué clase o clases se desea protección.

Importancia de la Clasificación de Niza

- Facilita el registro de marcas a nivel internacional.
- Evita confusiones entre marcas de diferentes sectores.
- Permite a las empresas proteger su identidad comercial en los mercados adecuados.
- Es un sistema actualizado periódicamente para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y la innovación en productos y servicios.



3. Parece que has subido varias imágenes y solicitas que desarrolle el concepto de **tipos de marca**. Aquí tienes una explicación clara y estructurada:

Tipos de Marca

Las marcas pueden clasificarse según diferentes criterios, como su forma, propósito o elementos gráficos y textuales. A continuación, te explico algunos tipos principales con ejemplos:

1. Marca Nominativa (Denominativa)

- Se basa únicamente en el nombre de la empresa o producto sin elementos gráficos.
- **Ejemplo: Toyota** (como aparece en la imagen)

TOYOTA

2. Marca Figurativa (Gráfica)

- Se compone únicamente de símbolos o logotipos sin incluir palabras.
- **Ejemplo: El Swoosh de Nike** (la palomita sin el nombre)



3. Marca Mixta

- Combinación de un nombre con un elemento gráfico.
- **Ejemplo: Michelin** (logotipo con el muñeco Bibendum y el nombre de la empresa).



4. Marca Tridimensional

- Se trata de una forma distintiva en 3D usada como marca.
- **Ejemplo:** La forma característica de una botella de **Coca-Cola** o el diseño de un auto **Mini Cooper**.



5. Marca Sonora

- Un sonido o jingle que identifica a una empresa.
- **Ejemplo:** El sonido característico de inicio de **Netflix** o el rugido del motor de **Harley-Davidson**.

NETFLIX



pymenauta

6. Marca de Color

- Asociada a un color específico y distintivo.
- **Ejemplo:** El **rojo de Coca-Cola** o el **azul de Facebook**.



Cada tipo de marca tiene un propósito diferente en la identificación y diferenciación de una empresa o producto. En la práctica, las marcas más efectivas combinan varios elementos para lograr una presencia fuerte en el mercado.

"Más allá de las marcas tradicionales: Olfativas, tridimensionales y sonoras"

Explorando Nuevas Fronteras en Branding: Más allá de las marcas tradicionales. En un mundo donde la diferenciación es clave, las marcas han evolucionado más allá de los logotipos y nombres. Hoy en día, las empresas buscan generar experiencias sensoriales únicas que refuercen su identidad y conexión con los consumidores. Aquí es donde entran en juego las marcas olfativas, tridimensionales y sonoras, innovaciones que han revolucionado la forma en que las empresas se posicionan en el mercado.

Marcas Olfativas: Cuando el aroma construye identidad. Las marcas olfativas son aquellas que registran un olor distintivo asociado a un producto o empresa. Son especialmente utilizadas en industrias como perfumería, retail y automotriz. Ejemplo: el inconfundible aroma de Play-Doh o la fragancia exclusiva de tiendas de lujo.



Marcas Tridimensionales: El poder de la forma. Más allá de los logotipos, algunas empresas han convertido formas y envases en un sello distintivo. Estas marcas tridimensionales incluyen diseños icónicos como la botella contorneada de Coca-Cola o los envases exclusivos de perfumes de lujo.



Marcas Sonoras: El sonido que deja huella. Los sonidos también pueden ser elementos diferenciadores y memorables. Desde melodías comerciales hasta jingles publicitarios, las marcas sonoras crean una identidad que trasciende la imagen. Ejemplo: el icónico sonido de arranque de Windows o el famoso “¡Solo bueno!” de Gollo.




El futuro de las marcas está en la experiencia. En un mercado saturado, la creatividad es clave para destacar. Estas marcas no tradicionales generan emociones, memorabilidad y fidelización, logrando que los consumidores no solo reconozcan una empresa por su imagen, sino también por el aroma, la forma y el sonido.

Prohibiciones

Marcas Inadmisibles: Criterios que pueden impedir el registro

El proceso de registro de una marca no garantiza automáticamente su aceptación. Existen ciertas razones por las cuales una solicitud puede ser rechazada. A continuación, las principales causas de inadmisibilidad:





Inadmisibles por Derechos de Terceros. Una marca no puede ser registrada si ya existe una marca previamente inscrita con características idénticas o similares que puedan generar confusión en el consumidor. Esto se debe a la protección del derecho de uso exclusivo del titular original.

Ejemplo: Si una empresa intenta registrar el nombre "Nikee" para productos deportivos, es probable que sea rechazado por su similitud con la marca Nike, lo que podría inducir a error a los consumidores.

Inadmisibles por Razones Intrínsecas. Algunas marcas pueden ser rechazadas debido a su naturaleza, contenido o impacto en la sociedad. Entre las principales razones se encuentran:

Atentar contra la moral y el orden público – No se pueden registrar marcas que contengan palabras ofensivas, discriminatorias o que fomenten actividades ilegales.

Uso de símbolos patrios o institucionales – No se permite registrar nombres, emblemas, banderas, escudos nacionales u otros elementos de identidad oficial de un país. Ejemplo: Intentar registrar como marca el escudo nacional de un país o el nombre de una institución gubernamental podría ser inadmisibles.

Antes de solicitar el registro de una marca, es fundamental realizar un análisis previo para asegurarse de que no infringe derechos de terceros ni cae en restricciones legales. Una revisión adecuada ahorra tiempo, recursos y evita conflictos legales en el futuro.





Qué hacer antes de registrar tu marca.

Registrar una marca es un paso fundamental para proteger tu negocio, pero antes de iniciar el proceso, es importante hacer una evaluación previa para evitar rechazos o conflictos legales.

1. Verifica si tu marca es original

¿Es única y distintiva? Una marca debe ser creativa y no una simple descripción de los productos o servicios que ofrece.
¿Es fácil de recordar y pronunciar? Una buena marca debe ser clara, llamativa y fácil de asociar con tu negocio.

Ejemplo: “Café Rico” para una marca de café no es distintivo, pero “Aromática” sí lo sería.

2. Investiga si existen marcas similares en el mercado


Búsqueda de antecedentes – Antes de registrar tu marca, revisa en bases de datos de propiedad intelectual si hay otras marcas con nombres similares. Evita coincidencias en el mismo sector – Si ya existe una marca similar en tu industria, podrías enfrentar problemas legales.

3. Evalúa si tu marca genera confusión

Debe ser clara y diferenciable – Si un consumidor puede confundir tu marca con otra ya existente, el registro podría ser rechazado. Evita similitudes en nombres, logotipos o colores – Un diseño o nombre parecido a una marca famosa puede generar problemas legales.

Ejemplo: Crear una marca llamada "Nikke" para ropa deportiva podría ser inadmisibles por su similitud con "Nike".





Antes de registrar tu marca, investiga, analiza y asegúrate de que sea única. Un buen registro de marca protege tu negocio, evita disputas legales y refuerza tu identidad en el mercado.

Si tienes dudas, consulta con un especialista en propiedad intelectual para asegurarte de que tu marca cumpla con los requisitos legales. ¡Tu marca es tu identidad, protégela!

Uso de Bases de Datos: WIPO Global Brand Database

¿Qué es la WIPO Global Brand Database?

La Base Mundial de Marcas (WIPO Global Brand Database) es una plataforma en línea administrada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI/WIPO) que permite realizar búsquedas de marcas registradas a nivel internacional. Esta herramienta es clave para quienes desean registrar una marca y evitar conflictos con otras ya existentes.

¿Por qué es imprescindible buscar aquí antes de inscribir tu marca?

Evita conflictos legales: Si otra empresa ya registró un nombre o logotipo similar, tu solicitud podría ser rechazada.

Protección de inversión: Registrar una marca implica tiempo y costos; verificar previamente evita pérdidas económicas.

Acceso a marcas de distintos países: Puedes explorar registros de marcas en diversas jurisdicciones y anticipar posibles restricciones.

Cómo usar la WIPO Global Brand Database

Accede a la plataforma desde el sitio oficial de la OMPI/WIPO.

Introduce el nombre de tu marca en el buscador para verificar si ya está registrada.



Filtra por país, titular o categoría para obtener resultados más precisos.
 Analiza los resultados: Evalúa si existen marcas similares que puedan impedir tu registro.
 Consulta con un especialista en propiedad intelectual si tienes dudas sobre la viabilidad de tu marca.

Antes de inscribir tu marca, realizar una búsqueda en la WIPO Global Brand Database es un paso crucial. Esto te permitirá asegurarte de que tu marca es única y no infringe derechos de terceros. ¡Protege tu negocio desde el inicio y evita problemas legales!

Formulario



REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL
 SOLICITUD DE MARCA

RPI-MC-01

A TITULO PERSONAL

1. Calidades del solicitante:

En caso de varios titulares utilizar hoja adicional e indicar la proporción o porcentaje de su participación

Nombre Completo	
Número de identificación	
Estado civil completo (n.º de nupcias)	
Dirección exacta	

2. Dirección exacta del establecimiento comercial. (Provincia, Cantón, Distrito y otras señas)

Instrucciones para llenar el documento

Si lo completan a mano, se recomienda usar lápiz para facilitar correcciones.
 No olviden revisar cuidadosamente la clasificación de Niza antes de proceder.

- Pagar los \$50 en el Banco de Costa Rica



- 20 colones en timbres
- Verificar que la solicitud contenga todos los requisitos que indica el formulario del paso 2.
- Una vez presentada se debe esperar notificación.
- Previsiones de fondo o forma.
- Si todo está bien, se paga el edicto en la IMPRENTA NACIONAL. (El costo es variable).
- En físico (en registro nacional hay una oficina).
- En la página web:
<https://www.imprentanacional.go.cr/buscador/?idsubsitio=678>
- Se esperan 2 meses y medio.
- Si no hay oposiciones, se retira el certificado
- Para el retiro del certificado se debe pagar 125 colones de timbres fiscales y 5 de timbres de archivo

Para más información

¡Asegurarse de que toda la información sea precisa para evitar inconvenientes en el proceso!

Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación

CATI

Teléfonos: 2202-0623 / 2202-0665

Correo electrónico: caticr@rnp.go.cr

Horario de atención
Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 3:30 p.m.



pymenauta

Bibliografía

Libros

Imprenta Nacional.

<https://www.imprentanacional.go.cr/buscador/?idsubsitio=678>

Clasificación Niza.

<https://portal.rpi.gob.gt/wp-content/uploads/2020/12/Clasificacion10.pdf>

Registro Nacional.

<http://www.registronacional.go.cr/>

