



revista digital

redpi

MAYO 2022

EDICIÓN N°
42



PROTEGER EL TRABAJO CREATIVO

La DINAPI tiene como una de sus líneas prioritarias la protección del trabajo creativo de autores y creadores. En ese marco, activó “DINAPI CREATIVA”, socializada a través de medios masivos de comunicación.

PÁG. 6

MEDIOAMBIENTE

Campaña
“Tu papel cuenta”

PÁG. 9

SIGLO 21

Marcas,
en el metaverso

PÁG. 12

EN LA MIRA

Novedades del
sector “PI”

PÁG. 15

La **Revista Especializada Digital de Propiedad Intelectual (REDPI)** es una publicación especializada de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual del Paraguay (**DINAPI**), sobre temas de interés relacionados a la propiedad intelectual, innovación y tecnología. Incluye, además el servicio opcional de avisos clasificados, en los términos que establece: la Ley N° 1294/98 de Marcas, la Ley N° 1328/98 de Derechos de Autor y Derechos Conexos; los Decretos del Poder Ejecutivo N° 8825, del 23 de abril de 2018 y el N° 9330 del 7 de agosto de 2018 y la Resolución DINAPI RG/N°25/2018.

El objetivo de la presente publicación es fomentar el interés público en temas vinculados a la propiedad intelectual, así como informar sobre las labores de la **DINAPI**, brindar espacios de opinión a especialistas u otros referentes dentro y fuera de la **DINAPI**, validar el proceso administrativo contemplado en las leyes precedentemente citadas, a través del servicio opcional de publicación de solicitudes de registro de marcas, renovaciones, actos jurídicos, derechos de autor, entre otros.

Las publicaciones de artículos de opinión no representan ni reflejan, necesariamente, la posición o punto de vista de las autoridades de la **DINAPI**.

Para toda observación o preguntas escribir a **rodrigo.irazusta@dinapi.gov.py**

El servicio de publicaciones no asume responsabilidad por errores u omisiones en las solicitudes de marcas.

ÍNDICE

- 04 Editorial.
Plantamos acciones camino a la sostenibilidad.
- 06 Proteger el trabajo de autores y creadores.
“DINAPI CREATIVA”, una guía para el talento paraguayo.
- 09 Alineados con la Agenda 2030.
Buenas prácticas ambientales impulsadas por la DINAPI.
- 12 Derechos intelectuales en la virtualidad.
Marcas en el metaverso.
- 15 En la Mira.
Novedades del sector de Propiedad Intelectual.

© REDPI 2022



Atribución 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CCBY3.0 IGO)

Todo usuario puede reproducir, distribuir, adaptar, traducir y presentar en público la presente publicación, también con fines comerciales, sin necesidad de autorización expresa, a condición de que el contenido esté acompañado por la mención de la **DINAPI** como fuente y, si procede, que se indague claramente que se ha modificado el contenido original.

Las adaptaciones/traducciones/productos derivados no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la **DINAPI**.

En casos en los que el contenido publicado por la **DINAPI** como fotos, gráficos, marcas o logotipos sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener las autorizaciones necesarias por parte de los propietarios.

Para consultar la presente licencia, remítase a <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo>

Redacción, edición y diagramación: Dirección de Comunicación Institucional de **DINAPI**.

PLANTAMOS ACCIONES CONCRETAS CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD



Abg. Joel Talavera

Director Nacional de Propiedad Intelectual
DINAPI

“

Transitar los caminos del trabajo y la producción, a nivel mundial, sin observar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ya no es posible, ni sensato. Conscientes de ello, en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual hemos dado prioridad a estructurar y concretar una gestión eficaz que cumpla con los cometidos que marcan la sostenibilidad.

Recordemos, que de acuerdo con la definición de la ONU, “los ODS constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo”. Los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron, en el año 2015, diecisiete (17) objetivos como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los objetivos en 15 años.

”

En concordancia con los objetivos 12, 13, 15 y 17 de los ODS señalados por la ONU, hemos iniciado un trabajo de planificación para que estos importantes y ambiciosos ejes permeen nuestras actividades e involucren a nuestros públicos internos y externos. El objetivo que nos guía es volver transversal las buenas prácticas ambientales dentro de los procesos que se llevan adelante en la DINAPI. Tal es la importancia que dimos al tema, que desde nuestra administración hemos introducido acciones acordes, en el mismo Plan Estratégico Institucional (PEI).

Así, con los antecedentes de apuntalar una política de “papel cero” en la gestión administrativa, hemos lanzado la campaña “¡Tu Papel Cuenta!”, de reciclaje de papeles y cartones en desuso, cuyo objetivo específico es promover en las diferentes dependencias de la institución las buenas prácticas de reciclaje, mediante la recuperación de materiales reutilizables.

Para sumar esfuerzos, con el fin de cumplir las metas trazadas, las alianzas son claves en la operativización de las ideas y planes. En este caso específico, hemos firmado un acuerdo de cooperación con una empresa privada, reconocida en el área del reciclaje. Se ha capacitado a los directivos y staff de funcionarios, se instalaron contenedores exclusivos para papel y cartones, se realiza la recolección periódica y un reporte continuo de lo recogido, entre otras acciones.

“**Los efectos del cambio de paradigmas son absolutamente claros y nos alientan a intensificar el trabajo para acelerar resultados. En ese contexto, es importante resaltar que por cada tonelada de papel que se recicla se evita (aproximadamente): la tala de 14 árboles, así como la utilización de 20.000 litros de agua, la emisión de 900 kg de CO₂ y la utilización de dos m³ en vertederos.**

”

Finalmente, coincidimos con lo que destaca el Objetivo 13 de los ODS, cuyo título es “Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos”: Hoy contamos con soluciones viables al alcance de nuestras manos, para que los países puedan tener una actividad económica más sostenible y más respetuosa con el medio ambiente. “El cambio de actitudes se acelera a medida que más personas están recurriendo a la energía renovable y a otras soluciones para reducir las emisiones y aumentar los esfuerzos de adaptación. Pero el cambio climático es un reto global que no respeta las fronteras nacionales. Es un problema que requiere que la comunidad internacional trabaje de forma coordinada y precisa...”

Nosotros, por casa, hemos empezado con fuerza.

¡Acompañennos!

“DINAPI CREATIVA”, UNA GUÍA PARA EL TALENTO PARAGUAYO



“Proteger el talento, el trabajo creativo y posibilitar a los autores y creadores crecer, ganarse la vida formalmente y proyectarse son factores fundamentales en las acciones que emprende la Dirección de Propiedad Intelectual. En este marco se impulsa “DINAPI CREATIVA”, una guía amigable y colorida que pretende servir de orientación a los protagonistas de distintos sectores de las industrias creativas del Paraguay. La colección, que incluye varios instructivos, llega a manos de los interesados por medio de un diario de alta circulación nacional.”

¿Qué es el Derecho de Autor?

La Ley 1228/98, en sus Artículos 1 al 4, explica que la expresión “Derecho de Autor” se utiliza para definir los derechos que tienen los creadores intelectuales sobre sus obras, sean estas libros, músicas, pinturas, películas, planos y obras de arquitectura, programas informáticos y toda obra original, producto del intelecto de su creador.

En ese contexto, la colección de “DINAPI CREATIVA” está dirigida, principalmente, a los creadores intelectuales: escritores, músicos, escultores, arquitectos, artesanos, artistas visuales, cineastas, creadores de videojuegos, de moda, teatro, danza y de otras expresiones artísticas, enmarcadas en la normativa de Derecho de Autor.

Instructivo amigable y útil

Con este material didáctico los creadores conocerán a fondo sobre sus derechos y los procesos de formalización y registro de sus obras, mecanismo que les generará la posibilidad de monetizar sus creaciones.

Además de ser un instructivo para autores intelectuales y técnicos, DINAPI CREATIVA, por su lenguaje sencillo y amigable, puede ser usado como material de lectura de toda persona que busque informarse sobre la protección de las obras en las diferentes disciplinas artísticas.

Aporte a las industrias creativas

Según un informe de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) “En América Latina, las industrias creativas y culturales representan entre el 2% y el 4% del PIB regional (OEI, 2021). La pandemia ocasionada por el virus COVID-19 afectó particularmente a estos sectores, debido a las medidas impuestas de restricción de movilidad, sanitarias y demás, que implicaron la reducción drástica de actividades y de ingresos de miles de trabajadores y de emprendedores creativos”, señala el reporte publicado en el agosto de 2021.

“Atendiendo la importante recesión que sufrió este sector, esta campaña impulsada por la administración del director nacional, Joel Talavera, se implementa considerando la necesidad de contar con instrumentos didácticos, que dirijan y detallen paso a paso como transformar una idea o creación en un Plan de Negocios que les reditúe económicamente”, refirió el director general de Derecho de Autor y Derechos Conexos de la DINAPI, Oscar Elizeche Landó, y acotó que con esta acción se promociona y valoriza las herramientas de propiedad intelectual.

Por su parte, el director del Registro de Derecho de Autor y Derechos Conexos de la DINAPI, Juan Fernando Lebrón refirió que “estos instructivos sobre Derecho de Autor, se presentan como una herramienta sencilla y práctica, que instruye y promociona los derechos de propiedad intelectual”.

Agregó, además, que en estas guías se explican los procesos de formalización y los pasos para el registro de creaciones intelectuales.

Impulso económico

“Actualmente las industrias creativas en Paraguay contribuyen un 25% de PIB (Producto Interno Bruto), esto constituye un elevado porcentaje de aporte a las arcas del Estado. Además, es importante resaltar que son una importante fuente de empleo, ya que genera unos 50000 puestos directos”, detalló la directora Promoción de Industrias Creativas y Folklore de la DINAPI, Jazmín González.

“Este sector aporta fuertes valores económicos en productos y servicios, y es por ese motivo que la DINAPI decidió impulsar la campaña de información y conocimiento sobre los de derechos de autor y derechos conexos”, manifestó la directora González, al tiempo de señalar que con DINAPI CREATIVA esa información llega a todos los sectores, con el objetivo de visibilizar y formalizar a los creadores nacionales, a través de la protección de sus obras, concluyó.



COLECCIÓN “DINAPI CREATIVA”

1.

Tiene doce instructivos coleccionables.

2.

Distribución quincenal y gratuita.

3.

Aparece todos los lunes con el diario ABC Color.

4.

La versión digital se encuentra en la biblioteca virtual de la DINAPI.

5.

Sitio web: www.dinapi.gov.py

CAMPAÑA

¡TU PAPEL CUENTA!



Buenas prácticas ambientales impulsadas por la DINAPI

En la actualidad, el reciclaje es un ejercicio fundamental para recuperar materiales valorizables o reutilizables, contribuyendo a reducir los efectos del impacto ambiental. En ese contexto, la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), promocionando el cuidado del medio ambiente, lleva adelante la campaña de reciclaje “Tu papel cuenta”.

Esta es una iniciativa que busca generar acciones amigables con el ecosistema impactando en los funcionarios de la institución y también en los usuarios y agentes que forman parte de la actividad habitual de la DINAPI.

Desarrollo Sostenible

“Esta campaña no es una acción aislada, se encuentra enmarcada en la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyas principales metas a nivel global, durante los próximos quince años, son la eliminación de la pobreza, el combate al cambio climático y la defensa del medio ambiente” refirió el director nacional de la DINAPI, Joel Talavera.

“Además, es importante mencionar que esta iniciativa se ajusta a las actividades apuntadas en el Plan Estratégico Institucional (PEI O.E 1.1), que establecen el desarrollo de estrategias que promuevan las prácticas de reciclajes dentro de la entidad, posicionándola como una institución pública comprometida con la gestión sustentable”, puntualizó el titular de la DINAPI.

Alianza interinstitucional

“Tu papel cuenta” se concreta mediante un convenio de cooperación con la empresa Recicladora del Este S.A. (REDESA) – Cartones Yaguarete, que se encargará de recuperar y reutilizar materiales reciclables, papeles y cartones en desuso. Estos serán entregados periódicamente por la DINAPI, para convertirlos en nuevos productos o en materia prima para su posterior utilización, informó el responsable de la campaña, Daniel Haurón, Coordinador de Normas de la DINAPI.

“Este trabajo consta de varias etapas de implementación, entre las que se pueden mencionar: la capacitación sobre reciclaje a directivos y funcionarios de la institución; la instalación de contenedores exclusivos para papeles y cartones; la recolección periódica, destrucción y reciclado de materiales, que serán

entregados por la DINAPI a REDESA”, detalló el coordinador Haurón, y acotó que luego de cada entrega se recibirá un reporte de la cantidad de materiales reciclables entregados por la institución.



Primeros resultados favorables

La empresa REDESA – Cartones Yaguarete, ya recibió la primera carga de insumos reutilizables que fueron recolectados, desde el momento de su implementación el 26 de mayo pasado, de las diferentes dependencias de la institución.

El técnico y coordinador de la empresa recicladora, Adolfo Benítez, informó que la DINAPI suministró 400 kilos de materiales a ser reciclados. Mediante esta acción se evitará: la tala de cinco árboles, la emisión de 360 kg. de CO₂ y permitirá el ahorro de unos 8.000 litros de agua, respectivamente.



Otras buenas prácticas ambientales

La DINAPI, actualmente procesa alrededor de 30.000 expedientes físicos solamente en las direcciones de Propiedad Industrial y de Derecho

de Autor. Esto significa un alto volumen de papel utilizado para las documentaciones que se anexan a los expedientes, resaltó el Director Nacional.

“Otro ejemplo de las buenas prácticas ambientales implementadas en la DINAPI, es el proceso de digitalización, guarda y custodia de una gran cantidad de los archivos físicos de la institución”, comentó Talavera y señaló además, que este trabajo se encuentra a cargo de una empresa tercerizada especializada en el rubro. La misma, digitaliza los expedientes que luego son cargados en el sistema informático de la entidad, expresó.

Los documentos físicos serán conservados por un plazo de diez años y mediante la implementación de medidas ambientales amigables, se buscará la mejor disposición de los mismos, para su reutilización como materia prima reciclada, refirió la máxima autoridad de la DINAPI.

¿Qué se puede reciclar?

En sus charlas de capacitación a funcionarios de la DINAPI, el técnico de REDESA, explicó que se pueden reciclar todo tipo de papeles y cartones en desuso, que no tengan residuos orgánicos. Pueden ser diarios, revistas, hojas blancas y de colores, hojas impresas, sin uso o escritas, cajas de cartón, cuadernos, libros, carpetas, biblioratos, entre otros, aclaró.

“ Es importante resaltar que por cada tonelada de papel que se recicla se evita aproximadamente: la tala de 14 árboles, la utilización de 20.000 litros de agua, la emisión de 900 kg de CO₂ y la utilización de 2 m³ en vertederos, afirmó Benítez, técnico y coordinador de la recicladora. ”



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1

2015

En 2015, la Asamblea General de la ONU adoptó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

2

193

Fue suscripta por 193 Estados miembros de las Naciones Unidas, entre ellos Paraguay.

3

17

Contiene 17 Objetivos Globales, con 169 metas de carácter integrado e indivisible.

4

3

Abarca las esferas económica, social y ambiental.

5

15

Los programas de desarrollo abarcan un periodo de 15 años.

MARCAS EN EL METAVERSO

“

¿Qué es el metaverso? En pocas palabras, es un espacio virtual en el que los usuarios pueden interactuar y establecer conexiones entre sí de múltiples formas (jugando a videojuegos, colaborando, comprando y explorando) sin abandonar la comodidad del sofá de su casa.

Algunas de estas funciones ya existen en plataformas de videojuegos y están en crecimiento. En esta nueva realidad se visualizan marcas y aterrizan los derechos marcarios.

”

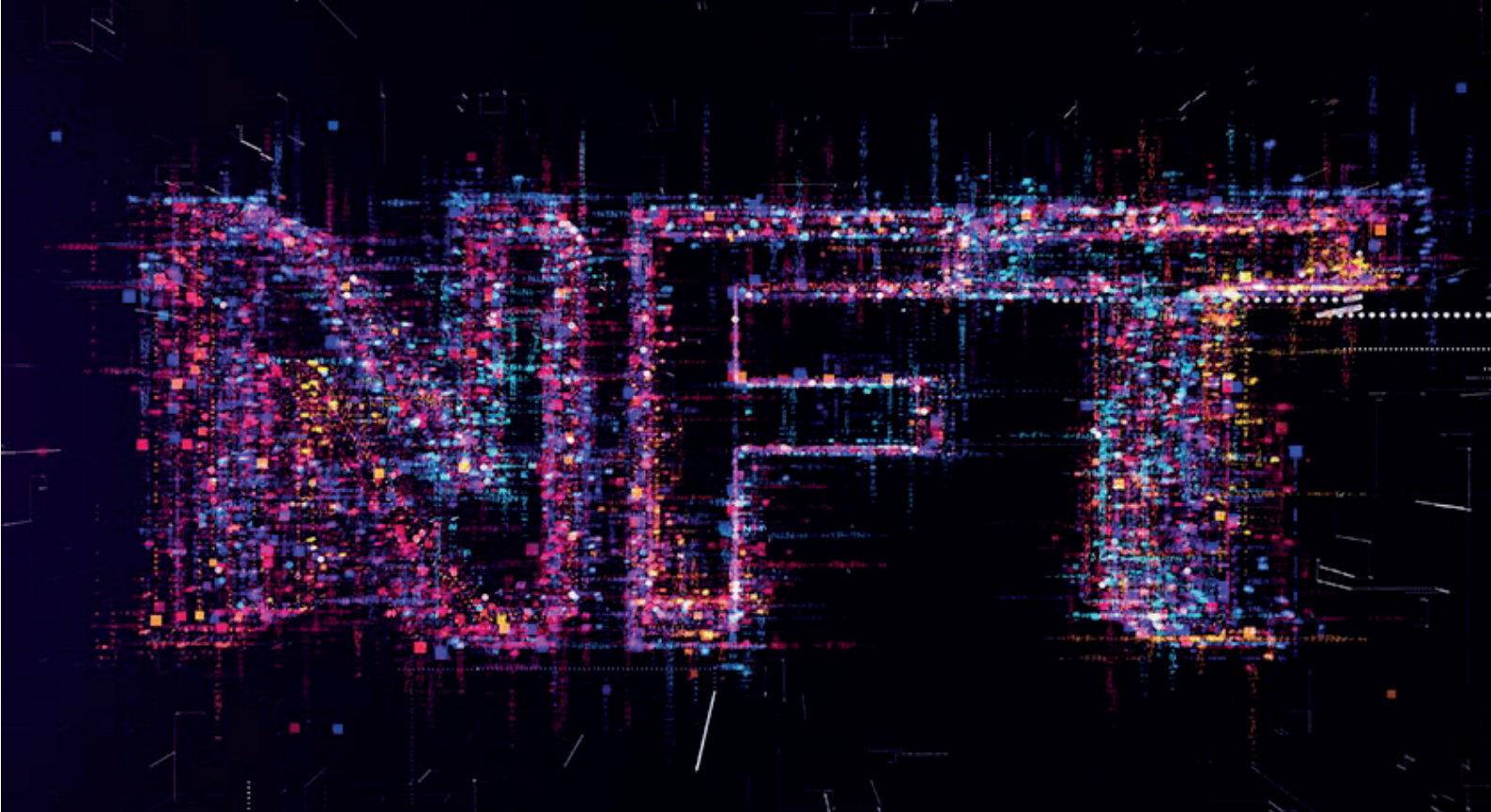
A pesar de que el metaverso todavía está en proceso de desarrollo, se ha afianzado en una serie de sectores y está previsto que crezca aún más y se convierta en un entorno más rico para sus usuarios.

Lo que se vislumbra es nada menos que un mundo sofisticado de fantasía en el que los consumidores puedan experimentar la vida de forma virtual.

Por ejemplo, en él se podrá comprar productos virtuales (imitaciones en línea de un objeto real con el que adornar su avatar) y exclusivas y costosas obras de arte, asistir a conciertos o eventos deportivos en calidad de VIP virtual, conducir coches o navegar yates virtuales, viajar y cenar en lugares exóticos y especiales, etc.

El metaverso se hace cada día más grande.





Token no fungible (NFT)

Muchas de esas nuevas experiencias o productos virtuales tendrán el atractivo añadido de ser un token no fungible (NFT, por sus siglas en inglés), una creación digital única. También se crearán muchas cosas, de valor no tan imaginario cuando los consumidores de esta nueva realidad virtual y aumentada gasten dinero real, aunque sea en forma de moneda digital.

El universo de los videojuegos ha sido un sector líder en el desarrollo de este nuevo espacio, y es que los jugadores pueden realizar compras de objetos digitales, como skins (el posible aspecto físico del avatar: su vestimenta, sus armas, etc.), dentro del videojuego pagando con la moneda virtual del juego.

Las ligas deportivas también están empezando a utilizar el metaverso, en él pueden comprarse tarjetas para intercambiar NFT o asistir a la siguiente generación de eventos de ligas de fantasía. Los participantes también pueden asistir a un evento musical, por ejemplo a un concierto del cantante estadounidense de rap Travis Scott.

Esto es solo el principio. Está previsto que el metaverso crezca aún más y se convierta en un entorno más rico para su comunidad de usuarios.

Cuestiones jurídicas y propiedad intelectual

Como ocurre en el mundo físico, abundan las cuestiones jurídicas que se plantean en el metaverso: la privacidad y la recopilación de datos, la defensa de la competencia, la libertad de expresión y la difamación, así como la propiedad intelectual, incluido el derecho de autor, las patentes y las marcas.

“*Para los titulares de marcas, la protección de estas en el metaverso será fundamental, y prepararse para jugar en este nuevo metaterreno requerirá contar con una estrategia jurídica.*”

Los titulares de marcas deberían empezar a estudiar cómo crear su propio mercado virtual registrando debidamente sus marcas, apoyándose en una sólida estrategia de vigilancia y mediante licencias y condiciones de uso apropiadas para crecer en el metaverso.

Proteger su marca en el metaverso: registro y consideraciones ulteriores

Si su empresa está estudiando la posibilidad de vender en el metaverso productos y servicios virtuales protegidos por marcas, debería presentar solicitudes de registro de marca lo antes posible.

¿Pero cómo se solicita la protección de una marca para unas zapatillas digitales? ¿Un bolso virtual? ¿Qué definición de productos y servicios es adecuada? ¿Qué clasificaciones son aptas?

Algunas empresas ya han puesto en marcha amplios programas de presentación de solicitudes, por ejemplo gigantes del calzado, como Nike y Converse (ambas empresas han presentado recientemente una serie de solicitudes a la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos de América).

Además, no es de sorprender que las empresas del mundo de la moda, productos cosméticos, deporte y entretenimiento, también estén presentando solicitudes para el uso que pueda hacerse de sus marcas en el mundo virtual.

Aunque todavía es necesario revisar estas solicitudes, ofrecen un panorama de las posibles vías para registrar marcas de productos virtuales.

Parece que las empresas están presentando solicitudes en relación con las siguientes clases de productos: productos virtuales descargables, principalmente programas informáticos (clase 9), servicios comerciales con productos virtuales (clase 35), servicios de entretenimiento (clase 35), NFT y productos virtuales no descargables en línea (clase 42) y servicios financieros, incluidos tokens digitales (clase 36).

A medida que las diversas oficinas de marcas examinen estas solicitudes, las descripciones de productos y servicios, y las cuestiones relativas a su clasificación, probablemente se vayan estandarizando en mayor medida, y las directrices resultantes servirán a los siguientes solicitantes.

En la mayoría de las jurisdicciones, el primero que presenta la solicitud se convierte en el titular de

los derechos de la marca. E incluso en los Estados Unidos, donde el uso real en el mercado tiene preferencia sobre la posible fecha de solicitud anterior, es fundamental presentar rápidamente una solicitud para intentar tener una base de apoyo, y es que la fecha de esa solicitud establecerá cuál es la fecha del primer uso, aunque el uso real se produzca posteriormente.

La Clasificación de Niza

Cuando las personas o las empresas registran una marca, lo hacen en relación con determinados productos y servicios que se describen en una clasificación internacional conocida como la Clasificación de Niza, la cual se actualiza periódicamente.

La clasificación está compuesta por 45 categorías, de las cuales 34 guardan relación con productos y 11 con servicios. Se creó tras la conclusión del Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, de junio de 1957.

Fuente: Revista de la OMPI

En la mira

NOVEDADES DEL SECTOR DE “PI”



1) CHINA ESTABLECERÁ ZONAS DE DEMOSTRACIÓN PARA PROTEGER DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

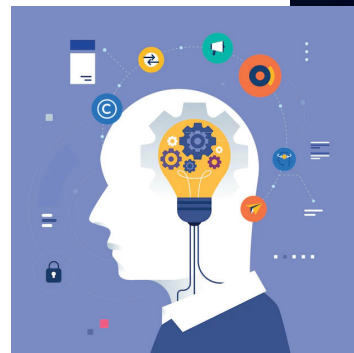
Según un comunicado publicado recientemente por la Administración Nacional de Propiedad Intelectual de China, el gigante asiático establecerá un grupo de zonas de demostración para la protección de los derechos de propiedad intelectual (DPI) para el año 2025.

De acuerdo con lo difundido, China seleccionará unas 20 ciudades y regiones de todo el país para convertirlas en puntos destacados de protección de DPI para 2025.

El proyecto se centrará en objetivos como el fortalecimiento del despliegue general de la protección de DPI, la mejora de la legislación en torno a la protección de DPI y el fortalecimiento de toda la cadena de protección de DPI.

También profundizará la reforma del sistema y mecanismo de protección de DPI, promoverá la cooperación internacional y los intercambios de DPI a nivel regional, y salvaguardará la seguridad nacional en materia de DPI, de acuerdo con la información oficial.

La construcción de las zonas de demostración tiene como objetivo mejorar el nivel legal de protección de DPI y mejorar la eficiencia del servicio público y la satisfacción social con la protección de DPI. Se incluye, además mejorar la cooperación y la competencia internacional en materia de DPI para que el sistema de DPI desempeñe un papel más importante en la promoción de la innovación científica y tecnológica, la modernización industrial y el desarrollo de alta calidad.



2) EL “SISTEMA MADRID” YA ES REALIDAD EN CHILE

Entró en vigencia en Chile el llamado “Sistema de Madrid”, que posibilita la inscripción de marcas a nivel mundial. En el país andino es operado por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI).

Según el portal informativo La República, el hecho se produce en un momento de alta demanda de los derechos de propiedad en Chile. El primer semestre de 2022 cerró con 28.478 solicitudes de marcas.

Entre los beneficios que otorga la puesta en marcha de este Protocolo, destaca la posibilidad del pago de un sólo conjunto de tasas. Además, no requiere la contratación de los servicios de un representante en cada país de destino para efectos de ingresar la respectiva tramitación. La solicitud se puede realizar en el idioma español, lo que evita incurrir en costosas traducciones.

Por otro lado, permite ahorrar tiempo, ya que evita la multiplicidad de trámites que implica hacerlo individualmente en cada lugar de interés. En consecuencia, sobre la base de una única solicitud, se puede requerir el registro de una marca en todos los países miembros del acuerdo que el solicitante designe.

Una de las primeras empresas en utilizar el Sistema de Madrid en Chile, fue Wenco. La marca atraviesa por un proceso de expansión internacional y como explicó al periódico el gerente general de Greenplast (filial de Wenco), Valentín Martínez, “somos una empresa donde la innovación está en nuestro ADN y estamos siempre atentos a procedimientos que se vayan implementando, los cuales nos permitan seguir protegiendo adecuadamente nuestros activos intelectuales”.



3) MARCA DE ZAPATOS GANA BATALLA LEGAL, TRAS 22 AÑOS DE LITIGIO EN ORIENTE

Luego de 22 años de un proceso legal, la afamada firma “Manolo Blahnik” podrá utilizar su marca en China, según publicó en su portal informativo la SWI swissinfo.ch, sección internacional de la Sociedad Suiza de Radiotelevisión (SRG SSR).

La noticia refiere que el diseñador de calzado Manolo Blahnik ha obtenido el derecho a usar por primera su nombre en China, con lo que pone fin a una costosa batalla legal de 22 años, según pudo saber el periódico económico “Financial Times” (FT).



En un fallo poco usual, el tribunal supremo de China canceló una marca registrada propiedad del empresario chino Fang Yuzhou que incorporaba el nombre de Manolo Blahnik.

La decisión permitirá a Blahnik vender por primera vez su marca en el mercado de lujo de más rápido crecimiento en el mundo. La marca se hizo más conocida a nivel global a principios de la década de 2000 a través de la serie de televisión “Sex and the City”.

La consejera delegada de Manolo Blahnik, Kristina Blahnik, dijo al Financial Times que, en cuanto recibieron la noticia, “se derramaron lágrimas” de alegría.

China tiene un sistema de marcas registradas de “primero en presentarse”, que ha dejado a muchas empresas extranjeras vulnerables a los “piratas” que intentan vender marcas registradas cuando esas empresas ingresan en China.



CLASIFICADOS
CLASIFICADOS
CLASIFICADOS

CÓDIGOS NUMÉRICOS

Para identificar datos bibliográficos sobre marcas,
conforme a la norma de **OMPI ST.60**

(210)

Número de serie de la solicitud.

(220)

Fecha de presentación de la solicitud.

(510)

Lista de productos y servicios.

(511)

La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de la Marcas.

(540)

Reproducción de la marca.

(731)

Nombre y dirección del solicitante.

(740)

Datos del agente (representante).



DIRECCIÓN NACIONAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL
DINAPI

Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Avda. España 323 c/ EE.UU. y Brasil

Asunción, Paraguay

www.dinapi.gov.py