

DINAPI

COLECCIÓN JOVEN SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL

Nº 2:
MARCAS



DINAPI

COLECCIÓN JOVEN

SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL

Nº 2

DINAPI COLECCIÓN JOVEN SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL es una publicación especializada de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual sobre temas de interés relacionados a la propiedad intelectual, innovación y tecnología dirigida a jóvenes.

El objetivo de la presente publicación es fomentar el interés público en temas vinculados a los derechos intelectuales, así como informar sobre las labores de la **DINAPI**.

Los artículos de opinión aquí publicados no representan ni reflejan la posición institucional o punto de vista de las autoridades de la **DINAPI**, por lo que estos no pueden considerarse como documentos de referencia oficial para procesos tramitados en la Institución.

Ninguna mención de empresas o productos concretos implica en caso alguno la aprobación o recomendación de la **DINAPI** con relación a otros de la misma naturaleza. Para cualquier consulta sobre estos temas, no dude en dirigirse a comunicaciones @dinapi.gov.py, que con gusto responderemos su inquietud.

© DINAPI COLECCIÓN JOVEN SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL 2020



Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 3.0 IGO

Las adaptaciones/traducciones/productos derivados no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la **DINAPI**. Para obtener autorización, puede contactar con nosotros a través del sitio web de la **DINAPI**.

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

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

Foto de portada y contraportada: <https://pixabay.com/es/users/thekaleidoscope>

Fotos: www.pixabay.com, www.sacramento.com.py

Editoras: Berta Dávalos y Karina Hugo

Co-Editoras: Ma. Cristina Acosta y Mónica Hume

Elaboración y Armado: Creta Consultoría/Karina Hugo producciones

Diseño y Diagramación: Fernando Cáceres para Creta Consultoría

TABLA DE CONTENIDOS

- 4 LA PROTECCIÓN DE LAS
MARCAS
- 6 EXPLICANDO EN FÁCIL
- 8 ENTREVISTA
- 10 PERSONAJE REAL
- 11 PASO A PASO
- 13 DATOS ÚTILES

LA PROTECCIÓN DE las marcas

Cuando un empresario o emprendedor expone su producto, lo que busca, inteligentemente, es cautivar la atención del público para que éste se sienta atraído en adquirirlo. Anhela que su performance comercial adquiera relevancia, sobretodo, tiene la perspectiva de que su marca se consolide, al ser reconocida por el consumidor. De allí el efecto y el alcance de la misma, cuya distinción garantiza un sello de identidad y una imagen con la cual consolidar sus atributos. Establecerla es un proceso fundamental al promover la comercialización, no se puede exponer el producto sin relacionarlo con el signo que lo identifica, ésta, a su vez, será la cara más visible del fabricante.

DEFINICIÓN: Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios producidos o suministrados por una empresa, de los de otras empresas. Son aquellos signos distintivos que permiten que los productos y/o servicios se encuentren en los lugares más diversos y compitan entre sí por su sola exposición al público. Se identifican con el producto o servicio que distinguen y, desde luego, cuanto mayor es la aceptación de ese producto o servicio, mayor valor adquiere para su titular.

Por lo tanto, puede ser considerada como una herramienta de comunicación usada por el productor para atraer consumidores.

ACTIVIDAD: Resulta que eres un nuevo emprendedor y quieres incursionar en el negocio de producción de jugos naturales. ¿Qué tendrías que tener en cuenta en primer lugar antes de la promoción del producto?

La marca permite que el producto sea identificado por el comprador que quiere adquirirlo, también posibilita que el mismo acreciente su valor monetario, siendo garantía de calidad conforme a los materiales con los que fue elaborado y conforme al prestigio que la empresa ya tiene en sus años de trayectoria. La distinción de una marca también influye en el proceso de competencia entre las empresas, debido a la creciente demanda de los consumidores. Cuanto más atractiva y sugerente sea, mayores serán las posibilidades de venta y las ganancias obtenidas.

Sabías que...

Para la mayor parte de las empresas, una marca elegida y utilizada con esmero representa un valioso activo, incluso el más apreciable.

- Se estima que el valor de marcas tan famosas como Coca-Cola o IBM supera los 50.000 millones de dólares.
Fuente: www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-799.html.
- Los consumidores valoran las marcas y están dispuestos a pagar más por un producto que reconocen y que responde a sus expectativas.
- El mero hecho de ser titular de una marca, cuya imagen y reputación sea buena, concede a la empresa una clara ventaja sobre sus competidores.
- La protección de marcas obstaculiza los esfuerzos de los competidores desleales, como los falsificadores, quienes utilizan signos distintivos similares para designar productos o servicios inferiores o distintos.



Sabías que...



La marca del navegador Google es actualmente una de las más importantes de la era moderna y su identificación data de hace 11 años. Sus creadores han logrado que un simple motor de búsqueda marque el estilo de vida de toda una sociedad globalizada.

- En sus inicios costaba dimensionar que una marca como Apple tuviera su propia tienda, sin embargo, hoy día existen incontables puestos de Apple Store en numerosas latitudes mundiales, siendo Estados Unidos el país que arrasa en esta posición comercial con sus locales en exhibición.

Fuentes: <https://www.infobae.com>, <https://www.bbc.com/mundo>

- En Paraguay, LACTOLANDA es una de las marcas más reconocidas por los consumidores de productos lácteos y derivados¹. En el año 1979, un grupo proveniente de las Colonias Mennonitas de Sommerfeld y Bergthal llevó adelante el proyecto de instalar una planta procesadora de leche en el kilómetro 215 de la ruta 7, en la localidad de J. Eulogio Estigarribia. Así nació la Cooperativa de Productores de Leche La Holanda².
- Amazon es la marca más destacada en el mundo de las compras virtuales. Este gigante de la comercialización online ofrece numerosas facilidades, sobretodo en lo que respecta a la adquisición de productos desde la comodidad de la casa. Los inversionistas de esta marca, ganan cuantiosas cifras de dinero gracias a la fama que ha logrado en el mercado al ser preferido por sus usuarios.
- Visa es la marca de una compañía estadounidense que ha ganado un prestigio inaudito, que posibilita la forma de pago a crédito en clientes que no quieren portar dinero en efectivo y que prefieren hacerlo por tarjeta.

LACTOLANDA

amazon

VISA

¿Qué es una marca?

Es un signo que permite al consumidor diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra.

El registro ante la DINAPI, importa derechos para el titular de la misma.

¿Qué derecho confiere el registro de una marca?

El registro le concede a su titular el derecho al uso exclusivo de ese signo, y también a oponerse a que otros lo utilicen. Antes del registro, el signo no tiene la fuerza de una marca registrada, por lo que su titular no puede oponerse a que otros la utilicen.

El titular puede ceder o licenciar el uso de su marca a un tercero, y también puede transferirlo.

¿Qué tipo de signos pueden registrarse como marca?

Son marcas todos los signos que sirvan para distinguir productos o servicios. Las marcas podrán consistir en una o más palabras, lemas, emblemas, monogramas, sellos, viñetas, relieves, los nombres, vocablos de fantasía, las letras y números con formas o combinaciones distintas, las combinaciones y disposiciones de colores, etiquetas, envases y envoltorios. Esta enumeración no es taxativa.

¿Cuánto dura un registro de marca?

El periodo de validez del registro de una marca es de diez años, renovable indefinidamente.

¿Cómo puede protegerse una marca?

En el plano nacional, una marca se protege registrándola, y a partir de ese momento, el titular tiene acciones administrativas, civiles y penales para protegerla.

Un registro tiene carácter territorial, es decir, tiene validez únicamente para nuestro país. Si buscas protección en el extranjero, debes concurrir a la oficina de Propiedad Industrial del país donde lo necesites.

¿En qué sitios pueden aparecer las marcas?

Las marcas pueden aparecer en todas las actividades de la vida diaria, que nos permitan interactuar con productos o servicios.

Estas actividades pueden implicar la compra de ropa, tecnología y alimentos de tu marca favorita, en centros comerciales o redes sociales. Las marcas, son una herramienta indispensable en el mundo empresarial de hoy en día.

¿Sabés dónde acudir para registrar una marca?

Para registrar una marca, primero tenés que verificar que no exista otra ya registrada, para ello, podés acudir virtual o presencialmente a la DINAPI, donde se encuentra a disposición de sus usuarios una base de datos de las marcas registradas en Paraguay. Una vez verificada y con la asistencia de un Agente de Propiedad Industrial, podrás presentar tu solicitud de registro ante las oficinas de la DINAPI o virtualmente accediendo a la pagina web a través de este link <https://sfe.dinapi.gov.py>.

Una de las funciones de la DINAPI es administrar y disponer el otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual, entre ellas las marcas.

¿Cuál es el marco legal de protección de las marcas?

El derecho sobre una marca está legislado en la ley especial N° 1294/98, cuyos principios derivan de convenios internacionales ratificados por nuestro país, como los ADPIC, convenio de París y el de creación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, entre otros.

¿Por qué debe registrarse una marca?

Una marca debe ser registrada para que el dueño pueda ejercer sus derechos sobre ella, y así garantizar que los consumidores puedan diferenciar los productos o servicios de otros de igual tipo.

Las marcas permiten a las empresas distinguir sus productos o servicios, constituyéndose en un instrumento de comercialización que proyecta la imagen y la reputación de las mismas.

¿Qué beneficios se obtienen al registrar una marca?

El principal beneficio es que reconoce a su titular, quien puede exigir el respeto de su marca y evitar que otros la utilicen sin su consentimiento. Además, un registro puede ser objeto de transacción comercial y así proporcionar una fuente directa de ingresos a través de regalías, representando un factor determinante en los acuerdos de licencia y de franquicia.

Se transforman en importantes activos comerciales que estimulan a las empresas a invertir en el mantenimiento o la mejora de la calidad del producto o del servicio.

ENTREVISTA A *Manuel Dacak*

EMPRESA: *Sacramento*

*En conversación con Manuel Dacak, conocimos con más detalles este innovador emprendimiento, así Manuel nos cuenta cómo nació todo esto ... Sacramento abrió sus puertas en el 2017, pero la marca y la idea vienen desde hace tiempo. Primero desarrollamos el nombre, si bien veníamos barajando varios, buscamos algo local, que nos identifique con el lugar donde estamos y qué mejor que el nombre de la avenida donde estamos ubicados, **Sacramento!***

¿Cómo definirías a Sacramento?

Sacramento combina la esencia de la cervecería y el punto de venta, es un Group up! Obviamente eso conlleva muchísimo trabajo previo, lo que implica desarrollar la marca del producto. Nuestra imagen es lo más importante a parte del producto.

¿Además de la marca Sacramento, cada cerveza tiene una marca, es así?

Hoy, 3 años después de la apertura logramos fabricar 15 estilos de cervezas y tenemos como 10 con marcas ya registradas, ya que algunas son aún estilos de prueba.

¿De dónde proviene la idea de los personajes para cada estilo?

Todas nuestras cervezas se basan en personajes de la jerga común paraguaya, siempre buscamos que el producto tenga algo que ver con la cerveza y con el público en general. Por esta razón la mayoría de las veces buscamos un nombre que vaya con el estilo, ya que al tener sólo el producto y no la marca, un personaje que nos identifique a nosotros, tenemos sólo la mitad del trabajo hecho.

Por ejemplo, nuestra cerveza estrella es **El churro Campaña**, la más popular. **El churro campaña** es el más conquistador, si bien no tiene muchos recursos se las arregla con eso y es el capo



Fuente: <https://www.sacramento.com.py/>

del barrio, no es el más apuesto pero es el más ganador sí o sí.

¿Qué otros personajes desarrollaron y cómo se vinculan con los estilos de cerveza?

Otro personaje es **La chuchi**, que es nuestra cerveza lager, la más liviana que fabricamos y le dimos vida como una chica chuchi a quien le gusta una cerveza suave. Además, **El Shamigo**, que es el amigo de todos, es una cerveza que desarrollamos con un amigo que es impulsor de la cerveza en Paraguay, le dimos un nombre que no sólo identifique a los amigos sino que también sea bien paraguayo. Así también **El manguero**, que obviamente contiene mango y fue inspirada en los recolectores de mango de las calles de Asunción. Por último, en el caso de la cerveza Roja se nos ocurrió el nombre de **La Correli**, el paraguayo es bastante político y le llama a su compañero de partido político correigionario, de ahí surge la cerveza roja como **La correli**.

¿Tras la experiencia de estos tres años, en tu opinión es importante el registro de la marca?

Al hablar de un producto de consumo masivo, el éxito no sólo depende del producto en sí, de su calidad, sino que también del canal de venta. Establecer una identidad y una marca fuertes no sólo es ahorro de tiempo y dinero, sino que es más exitoso. A nosotros mismos nos pasó, que en una lluvia de ideas íbamos tirando nombres que al final no pudimos utilizar por estar registrados o ser parecidos a algunas marcas ya registradas. Por eso, es bueno hacer el trabajo de fondo al principio, para no perder dinero ni tiempo.

¿Qué consejo les darías a quienes hoy están iniciando un emprendimiento?

Obviamente el producto es lo más importante, en nuestro caso la cerveza; pero una marca es lo que te identifica a vos y lo que el público busca y es la forma de encontrarte, esto es demasiado importante.

Para ello, no es necesario salir de casa, nosotros lo hacíamos a través del buscador de la DINAPI



Fuente: <https://www.sacramento.com.py/>

y en dos minutos veíamos si había un nombre muy parecido o igual. De todas formas lo consultamos siempre con nuestro abogado.

¿Entonces los alentás a asegurar su derecho mediante el registro de la marca?

Totalmente, como te dije no sólo es tiempo sino también es dinero. Trabajar sobre una marca, tener la etiqueta y luego salir al mercado, para después no conseguir la marca, te trae problemas y es sumamente importante. **Nosotros no lanzamos una marca si no estamos seguros que el nombre sea nuestro.**

Lionel Messi

UN CRACK DEL FÚTBOL Y UNA MARCA REGISTRADA

Lionel Messi es considerado uno de los jugadores más exitosos de los últimos años; obtuvo numerosas victorias con el renombrado club español Barcelona, y también logró llevar a su país a jugar varias finales, lo que consolidó su gran popularidad y la admiración de millones de personas de todas las edades alrededor del mundo entero.

Más allá de su éxito deportivo, Messi también se ha convertido en un importante empresario y un gran «influencer» para la sociedad. La revista norteamericana FORBES anunció que sus ganancias anuales superan al de otros contrincantes en ranking con sus 177 millones de dólares anuales solo en concepto de salario y premios, superando incluso, al de Cristiano Ronaldo con sus 109 millones de dólares anuales y al de Neymar con sus 105 millones de dólares.

El exitoso jugador realizó varios intentos por registrar su marca «MESSI» ante la Oficina de propiedad intelectual de la Unión Europea (EUIPO), pero tuvo varias dificultades, pues existía otra llamada «MAS-SI», cuyos dueños apelaron a que podría haber una confusión a la hora de comercializar la marca. No obstante, la justicia favoreció su causa, ya que su popularidad evita cualquier tipo de confusión con otras de similares características, al haber alcanzado el status tan codiciado de una marca notoria.

De esta forma, el crack argentino deja por debajo al empresario español de ropa deportiva «MASSI», para empezar a vender la suya con su apellido como marca bajo una especie de escudo negro con una letra M impresa en blanco por encima.



A esto, hay que agregar que todas las marcas asociadas a la figura del jugador también deben tributar por varios conceptos, si van a emplear su imagen, lo cual implica en el mundo deportivo un millonario ingreso para su cuenta.

En otras palabras, al sumar la protección de la propiedad intelectual el plus valor es destacable y permite garantizar inversiones futuras para el jugador, mas allá de su genialidad y permanencia en las canchas.

Dato interesante

Además de sus aspiraciones en la industria de la moda, Messi también es empresario de vinos y cuenta con su propia marca, denominada «Leo», que está inspirada en su figura. Este proyecto está destinado a generar fondos en pro de su Fundación, que colabora con niños de muchos países que padecen de enfermedades muy graves, todo aquello con la visión del deporte como elemento de salud y alegría que combate esa vulnerabilidad.

[Si sos un emprendedor y querés comercializar un producto o un servicio, te contamos cómo registrar tu marca en la DINAPI.]

Lo primero que tenés que hacer antes de invertir en la publicidad de tu marca, realizar una búsqueda vía web o en el sistema informático disponible en el Departamento de Atención al Ciudadano de la DINAPI, para asegurar que la misma no pertenezca a otro titular.



PASO 1

Presentación de la solicitud:

Las solicitudes de registro de marcas deberán ser presentadas en la Mesa de Entrada de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual – DINAPI o bien, a través de nuestra página web, desde donde podrán realizar su presentación online.

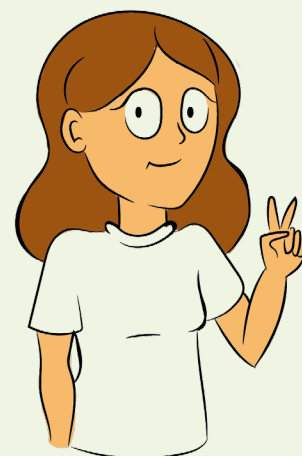
Los interesados o sus agentes deberán completar los formularios expedidos por la Dirección General de la Propiedad Industrial. En caso de realizar la presentación online, el formulario forma parte del trámite.

Todos los trámites podrán ser realizados personalmente y online, mediante el apoyo de un Agente de Propiedad Industrial debidamente registrado ante la DINAPI (www.dinapi.gov.py/propiedad_industrial/gestiones y <https://sfe.dinapi.gov.py/>).

PASO 2

Publicación de solicitud:

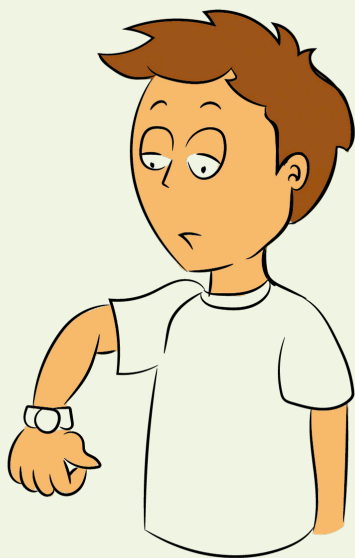
Una vez abonada la tasa de presentación (equivalente a 2 jornales mínimos diarios) el interesado o su agente podrá retirar la orden de publicación en un plazo máximo de 10 días posteriores a la presentación, para luego publicar su solicitud por tres días consecutivos en: la gaceta de la DINAPI, en un diario de gran circulación o en un diario especializado.



PASO 3

Oposición/es de terceros:

Una vez publicada la marca y a partir de la última publicación hecha, se esperan 60 días hábiles para que terceros puedan deducir oposición contra la solicitud, si es que se ven afectados en sus derechos.



PASO 4

Examen de fondo:

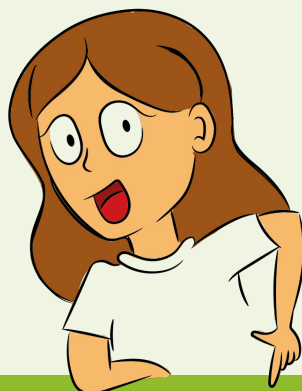
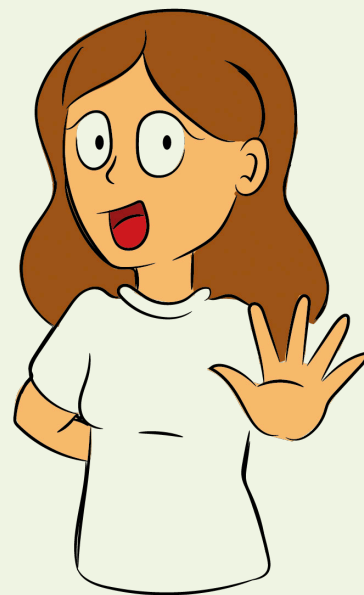
Cumplidos los requisitos legales y vencidos los plazos establecidos en la Ley de marcas, se realiza el examen de fondo para verificar si se cumple con los requisitos de registrabilidad y también si no se halla dentro de ninguna prohibición de la Ley, específicamente, del Art. 2° de la Ley 1.294/98 de Marcas.

PASO 5

Concesión de la marca:

El director de marcas, tras recibir el informe de fondo en relación a la registrabilidad y a la falta de prohibiciones, emitirá un Dictamen y el expediente pasará a consideración de la Dirección General.

De esta manera, la Dirección General de la Propiedad Industrial concede el Registro de Marca, el cual contiene: fecha de concesión, fecha de vencimiento, denominación de la marca, nombre del titular de la marca y la clase que ampara.



DURACIÓN DE LOS TRÁMITES

La tramitación para obtener el registro de una marca tiene un plazo aproximado de ocho meses a partir de la fecha de presentación.

DATOS ÚTILES

Institución	Dirección Nacional de Propiedad Intelectual	Viceministerio de Mipymes
Siglas	DINAPI	MIPYMES
Dirección	Avda. España 323 Asunción	Mcal. López 3333 c/ Dr. Weiss
Teléfono	021-210977	021-616-3047
Web	www.dinapi.gov.py	www.mipymes.gov.py



DIRECCIÓN NACIONAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL

DINAPI

Paraguay, país de creadores

Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Avda. España 323 c/ EE.UU. y Brasil

Asunción, Paraguay

Tel.: + 595 021 210 977

www.dinapi.gov.py