

Propiedad Industrial e Innovación

Con la presencia de la Subsecretaria de Economía Katia Trusich, y el Director Nacional del Instituto Nacional de Propiedad Industrial Maximiliano Santa Cruz, se celebró en INAPI el Día Mundial de la Propiedad Intelectual, fecha que fue instaurada oficialmente en el año 2000 por los Estados Miembros de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con el objetivo de sensibilizar y dar a conocer a las personas el significado e importancia de la propiedad intelectual en nuestra vida cotidiana.

La actividad contó, además, con la presencia de los principales actores vinculados a la propiedad Intelectual, ocasión en la cual se dieron a conocer importantes anuncios, entre los que destacan:

1. Estrategia de Propiedad Industrial 2015-2025:

Se hace necesario definir una estrategia de propiedad Intelectual que refuerce y complemente la estrategia de innovación nacional, facilitando la incorporación de Chile a la economía del conocimiento, promoviendo la innovación, permitiendo una óptima apropiación de los beneficios de quienes invierten en creatividad en general y en investigación y desarrollo en el país, facilitando la transferencia de tecnología, la difusión y el uso del conocimiento generado y protegiendo al consumidor. Al mismo tiempo que busque fortalecer la imagen de credibilidad del país, asegurando el cumplimiento de sus compromisos internacionales.

Esta política aportará no sólo al desarrollo interno del país, sino que ayudará a Chile a enfrentar en un mejor pie sus relaciones

Con importantes anuncios INAPI celebra el Día Mundial de la Propiedad Intelectual

Realizar una Estrategia de Propiedad Industrial 2015-2025, renovar marcas en un click, y llegar a 40 productos con Sello de Origen, fue parte de lo que celebró INAPI en el Día Mundial de la Propiedad Intelectual.

comerciales internacionales, dando un sustrato sólido sobre el cual plantear sus intereses en relación a esta materia. Es así como para enfrentar los nuevos desafíos que significa la globalización y la economía del conocimiento se dio inicio al diseño de una estrategia nacional de propiedad industrial que proporcione las herramientas y directrices adecuadas al país para el período 2015 - 2025.

2. Renovaciones de marcas en 1 click: A través de este sistema los titulares podrán renovar sus marcas de manera fácil y expedita a través de

internet. Al ingresar al portal de INAPI, éste le ofrecerá una propuesta que permitirá obtener la renovación en una única operación, reduciendo de 5 a 1 los pasos que componen el proceso de renovación, y de 3,9 meses a 5 minutos esta operación. Entre las principales ventajas de este nuevo desarrollo destaca la formulación de propuestas a los titulares, con lo cual evitan tener que revisar, corregir y actualizar los datos del registro que desean renovar. También ahorra tiempo, pues informa inmediatamente el nuevo número de registro y el servicio está disponible sin restricción de horario; y ahorra dinero, ya que al recibir una alerta temprana se evita el pago de las sobretasas.

3. Sello de Origen: Este programa, desarrollado por INAPI en conjunto con el Ministerio de Economía, tiene como objetivo fomentar la valorización y protección de productos chilenos que gozan de una alta vinculación local, identificando, posicionando y diferenciándolos mediante su reconocimiento a través de cuatro derechos de propiedad industrial.



Maximiliano Santa Cruz, director de INAPI, dando cuenta de los logros obtenidos por la institución.

CASO DESTACADO

SMG Ingeniería, proveedora de insumos y servicios para la minería:

“Cuando se nace soñador es porque has nacido para cosas grandes”

Así lo manifiestan sus propietarios, quienes crearon un producto único en su tipo que le cambió el destino a esta empresa, la que hoy se está posicionando como una firma innovadora y altamente competitiva que comienza a mirar hacia el extranjero.

[\(Ver más detalles\)](#)



Notas de Actualidad



Lanzan primera plataforma chilena que une grandes empresas con startups

Acaba de ser lanzada la primera plataforma en línea chilena que unirá directamente a grandes empresas con emprendimientos o startups. Su nombre es Binnario y tiene por objetivos acelerar la innovación corporativa y permitir la generación de nuevos negocios. La iniciativa –que fue impulsada por Innspiral, la Aceleradora de Innovación Corporativa en Latinoamérica, con el apoyo de Corfo– tendrá cobertura en Chile y también en toda América Latina.

Francia firma acuerdo de cooperación en materia de prop. industrial con INAPI

El acuerdo que firmó Maximiliano Santa Cruz, director de INAPI, con su par francés, Yves Lapiere, busca promover la cooperación entre las partes e intercambiar experiencias en aras de fortalecer la gestión de ambas oficinas por medio de la asistencia técnica, profesional y el intercambio de mejores prácticas.

Programa Sello de Origen participa en feria gastronómica EIIGA 2014

El Instituto Nacional de Propiedad Industrial, a través de su programa 'Sello de Origen', participó por primera vez en el 2º Encuentro Internacional de la Industria Gastronómica y Alimentaria, EIIGA 2014. Organizada por la Asociación Chilena de Gastronomía, la actividad se

realizó en CasaPiedra, lugar donde INAPI dispuso de un stand donde ofreció información y degustaciones de productos nacionales. La oportunidad también sirvió para entregar la Indicación Geográfica a los Dulces de La Liga, el primer producto gourmet en recibirla.

INAPI reedita su boletín de tecnologías para la reconstrucción

A pocos días de ocurrido el terremoto y tsunami que azotó la zona norte del país, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) lanzó una nueva edición de su boletín denominado "A Reconstruir Chile con ayuda de la Propiedad Industrial". Este documento fue desarrollado con el objetivo de entregar información tecnológica que promueva soluciones innovadoras y sencillas de implementar en la zona afectada, e incluye diversas soluciones ligadas a documentos de patentes vigentes o actualmente en dominio público en Chile. El documento está disponible para visualización y descarga en el siguiente [vínculo](#).

Canadá capacita a examinadores de patentes de INAPI

Dos expertas de la Oficina de Propiedad Intelectual de Canadá (CIPO) realizaron a principios de abril un curso de entrenamiento sobre estrategias de búsqueda y uso de bases de datos de patentes para los examinadores de patentes de INAPI. La actividad se enmarcó dentro del proceso de implementación que el Instituto está llevando a cabo para empezar a funcionar en octubre como Administración encargada de la búsqueda y examen preliminar internacional (ISA/IPEA).

"Chile a la carta" es la primera marca sectorial inscrita en INAPI

En el marco de la inauguración del 2º Encuentro Internacional de la Industria Gastronómica y Alimentaria, EIIGA 2014, INAPI entregó la primera marca sectorial del país: Chile a la Carta, cuyos titulares conjuntos son la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, Direcon, y la Asociación Chilena de Gastronomía, Achiga. Este registro constituye un hito que permitirá potenciar las actividades de promoción internacional de esta industria en beneficio de la imagen país y contará con las herramientas para diferenciarse y defenderse de la



competencia desleal. En la oportunidad estuvieron presentes el ministro de Agricultura Carlos Furche, la subsecretaria de Economía Katia Trusich, el director general de la Direcon Andrés Rebolledo, el director de ProChile Roberto Paiva y el director de INAPI Maximiliano Santa Cruz.

UFRO tiene uno de los 40 líderes mundiales en innovación

La coordinadora de la Unidad de Transferencia Tecnológica de la U. de la Frontera, Fabiola Vásquez, fue seleccionada como uno de los 40 líderes mundiales en innovación y uno de los cuatro a nivel latinoamericano. La elección fue hecha por el Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo del Gobierno Alemán (BMZ), entidad que de esta forma respaldó la labor que la profesional efectúa hace más de 5 años al alero de la Dirección de Innovación y Transferencia Tecnológica de esa casa de estudios.

Stanford dictará programa sobre innovación y emprendimiento en Chile

En agosto próximo, la Escuela de Posgrado de Negocios de la Universidad de Stanford realizará por primera vez en Latinoamérica el programa Ignite, enfocado en desarrollar la innovación y el emprendimiento.

La iniciativa está enfocada en profesionales que quieran aportar con un pensamiento innovador y emprendedor a sus actuales labores y a quienes desean comenzar su propio negocio.

Hasta el 18 de mayo se puede postular al Ají Challenge

Por segundo año consecutivo este certamen convoca a los innovadores chilenos a postular para conseguir financiamiento para sus creaciones. El objetivo de la competencia es dar a conocer en el extranjero los inventos tecnológicos chilenos. Los 15 semifinalistas participarán de seminarios dictados por el MIT y el Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología de la U. Adolfo Ibáñez. Los tres finalistas, en tanto, viajarán a Boston para presenciar una competencia de negocios. www.ajichallenge.cl

Corazón de Paine es reconocida como marca colectiva

En el marco del programa "Sello de Origen", INAPI concedió el registro de la marca Corazón de Paine como marca colectiva, poniendo término a un proceso iniciado en enero de 2013, cuando la Asociación de Sandialeros de Paine ingresó su solicitud. Este hito es parte de un proyecto más ambicioso que busca que la Sandía de Paine sea reconocida como una indicación geográfica (I.G.), para lo cual cuentan con el decidido apoyo de la municipalidad local, que paralelamente, en junio pasado, ingresó la solicitud para su registro.

INAPI capacita a artesanos de VI y VII Regiones

Como parte del taller "Uso de marcas y comercio justo" organizado por la Dirección Regional de Corfo y Consultora Educere, INAPI ofreció a los artesanos de la VII Región del Maule charlas de capacitación sobre propiedad intelectual y marcas comerciales. Una actividad similar, pero esta vez sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, también se realizó para los artesanos agrupados en la Asociación de Alfareros de Pomaire, como una forma de entregarles herramientas para mejorar la competitividad de sus microempresas.

¿Cómo se puede determinar si un signo carece de distintividad?

Un signo que no puede diferenciar en el mercado los productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales de una empresa respecto de otra no presta ninguna utilidad. Por ello es necesario conocer los criterios que se aplican para determinar si una marca comercial carece o no de distintividad.

Los signos tienen la facultad de transmitir una enorme cantidad de información sobre el origen de los productos, precio, calidad, entre otros aspectos. Por ello, para las empresas es muy importante poder diferenciarse de sus competidores en el mercado. Probablemente ésta sea una de las funciones más importante de una marca comercial.

De hecho, el artículo 19 de la Ley N° 19.039 señala que "bajo la denominación de marca comercial se comprende todo signo que sea susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales".

Este aspecto adquiere especial relevancia si se tiene en consideración que los consumidores que están satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usarlo. Pero para que ello ocurra es necesario que puedan distinguirlo de otros productos idénticos o similares.

A continuación se mencionan algunas reglas que sirven de ayuda para determinar si un signo (una marca en potencia) carece de distintividad.

a. La distintividad debe ser determinada en relación a la cobertura solicitada.

La distintividad siempre debe ser determinada en relación al caso concreto, o más bien a la cobertura del signo que se solicita. De hecho, signos que pueden ser totalmente descriptivos para una clase pueden no serlo en otra y, por lo tanto, convertirse en marca comercial.

Ejemplo de esto es la palabra manzana, o apple en inglés, que no es distintiva para frutas. Sin embargo, la misma denominación puede ser considerada distintiva para otro tipo de productos, como -por ejemplo- equipos de procesamiento de datos y computadores.

descriptiva solo crea un conjunto no distintivo.

Un ejemplo puede ser el signo Pizza Express para servicios de alimentación, el cual fue rechazado porque la unión de los dos términos no distintivos no creaba una marca capaz de distinguir el producto.

Los consumidores que están satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usarlo. Pero para que ello ocurra es necesario que puedan distinguirlo de otros productos idénticos o similares.

b. Los elementos no distintivos no otorgan distintividad.

Generalmente, los segmentos o elementos no distintivos no le conceden distintividad a una expresión descriptiva. Por lo que agregar un elemento no distintivo a una denominación de por sí

c. La marca debe ser analizada como un todo.

La marca, para efecto de la determinación de la distintividad, debe ser analizada como un todo. Es decir, la denominación puede estar compuesta por algunos

elementos no distintivos, sin embargo como conjunto puede ser perfectamente registrable. Un ejemplo es la solicitud para registrar la marca EDUCAP, que distingue servicios educacionales, la cual se encuentra compuesta por el segmento no distintivo EDU, pero que en combinación con el elemento CAP forman una marca distintiva.

d. La distintividad debe ser evaluada en relación al público consumidor.

El público consumidor corresponde al sector de la población que consume y tiene acceso a determinados productos y servicios. Lo anterior, en contraposición a público en general que comprende un espectro más amplio de personas. Por ejemplo, el público consumidor de herramientas e instrumentos de mano impulsados manualmente (cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar) es diferente al público consumidor de aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura. El artículo 23 de la Ley 19.039 señala que "cada marca sólo podrá solicitarse para productos o servicios específicos y determinados, con la indicación de la o las clases del Clasificador Internacional al que pertenecen". Por lo tanto, para solicitar una marca comercial en Chile es necesario clasificar los bienes y servicios en alguna de las 45 clases (34 de productos y 11 de servicios) que comprende el Clasificador Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas de Niza (Clasificación de Niza). Este instrumento tiene por objeto ordenar los productos y servicios solicitados, con el fin de facilitar la búsqueda de marcas registradas similares o parecidas a la solicitada.





La importancia de la propiedad industrial en las universidades

Por Maximiliano Santa Cruz S., director de INAPI.

El conocimiento es una de las materias primas para innovar ya que permite agregar valor a aquellos productos y servicios en los que se ha empleado, transformándose en nuestro principal activo. De ahí la importancia de incentivar su generación, resguardo y aprovechamiento productivo.

La generación de nuevo conocimiento a través de la actividad científica de las universidades es un instrumento fundamental para llegar al desarrollo económico, social y cultural. Chile posee una tradición científica que lo sitúa en posiciones de vanguardia en términos de productividad a nivel latinoamericano, sin embargo, esto no se condice con el nivel de patentamiento de las universidades tanto públicas como privadas. Del total de solicitudes presentadas en Chile por residentes, el 7% corresponde a universidades.

La propiedad industrial juega un rol primordial en la protección de los resultados de actividades de I+D, en tanto asigna titularidad al conocimiento, lo que facilita apropiarse de sus beneficios y recuperar la inversión realizada. Hecho esto, hace posible la transferencia tecnológica, y a la vez, es una ventana para adquirir nuevos conocimientos, conocer los avances y las tendencias tecnológicas en determinados sectores de la economía mundial, lo que permite anticiparse a los hechos, evitar la duplicación innecesaria, mejorar los procesos de toma de decisiones, reducir la incertidumbre y ser más competitivos. Una innovación que no considere su resguardo a través de derechos de propiedad intelectual corre el riesgo de ser captada por terceros sin retribuir a sus verdaderos creadores, impidiendo rentabilizar la inversión.

Es por ello que en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial, INAPI, hemos desarrollado una serie de herramientas y programas de formación para promover el uso y beneficios del sistema de propiedad industrial, dirigidas a investigadores y oficinas de innovación y transferencia tecnológica

de universidades, entre las cuales destacan:

- INAPI Proyecta, www.inapiprojecta.cl, plataforma pública de difusión de la propiedad intelectual y transferencia de conocimiento que tiene por objetivo generar oportunidades para emprender, innovar y crear mediante el uso y la gestión de la propiedad intelectual. La plataforma está compuesta de herramientas orientadas a aprender, usar y transferir propiedad industrial, así como otras opciones personalizables que buscan establecer una comunidad en torno a la propiedad industrial y un ambiente de intercambio de conocimiento para los miembros asociados.

- Directrices de Patentes. Documento en el cual se hacen públicas y homogenizan las prácticas internas de resolución de solicitudes de patente, convirtiéndose en un material de referencia tanto para nuestros profesionales como para nuestros usuarios, facilitando un mayor estándar de calidad en el análisis de patentabilidad. Esta publicación incluye lineamientos sobre la práctica y criterios de examen de aspectos sustantivos en el análisis de patentes.

- Guía de Usuarios de Patentes 3i, destinada a inventores, investigadores e innovadores, que busca fomentar la cultura del patentamiento, y acercar al usuario de manera clara, sencilla y directa este proceso.

Una economía del conocimiento se caracteriza por la aparición continua de nuevos saberes, los cuales se resguardan, permanecen en el tiempo y se hacen públicos a través de la propiedad industrial. Estar atentos a las novedades del entorno, desde el punto de vista científico tecnológico, permite anticiparse a los hechos futuros, mejorar sus procesos de toma de decisiones, reducir la incertidumbre, y aprovechar las oportunidades que ofrece el contexto general, todos ámbitos en los cuales la propiedad industrial se torna una herramienta fundamental.

Otros boletines

INAPI ofrece una serie de boletines e informes especializados en tecnologías de dominio público, reconstrucción y patentamiento en sectores productivos destacados.

[\(Ver más detalles\)](#)

Link de interés

[Imagine Business Lab](#) es una aceleradora de negocios que busca potenciar el mundo corporativo a través del fomento a la innovación y el emprendimiento TIC en Chile.

Agenda

9 de mayo.
[I Congreso Nacional de Innovación y Emprendimiento Agropecuario.](#)
[\(Ver más detalles\)](#)

Alternativas de Financiamiento

Capital Abeja Emprendimiento Línea 1 de Sercotec, sólo para mujeres.
[\(Ver más detalles\)](#)

Editor: Miguel Angel Cruz M.

Una publicación del Instituto Nacional de Propiedad Industrial
www.inapi.cl