



IPeuropAware

Introducción

IPeuropAware es actualmente el principal proyecto en el campo de la PI financiado por la Comisión Europea

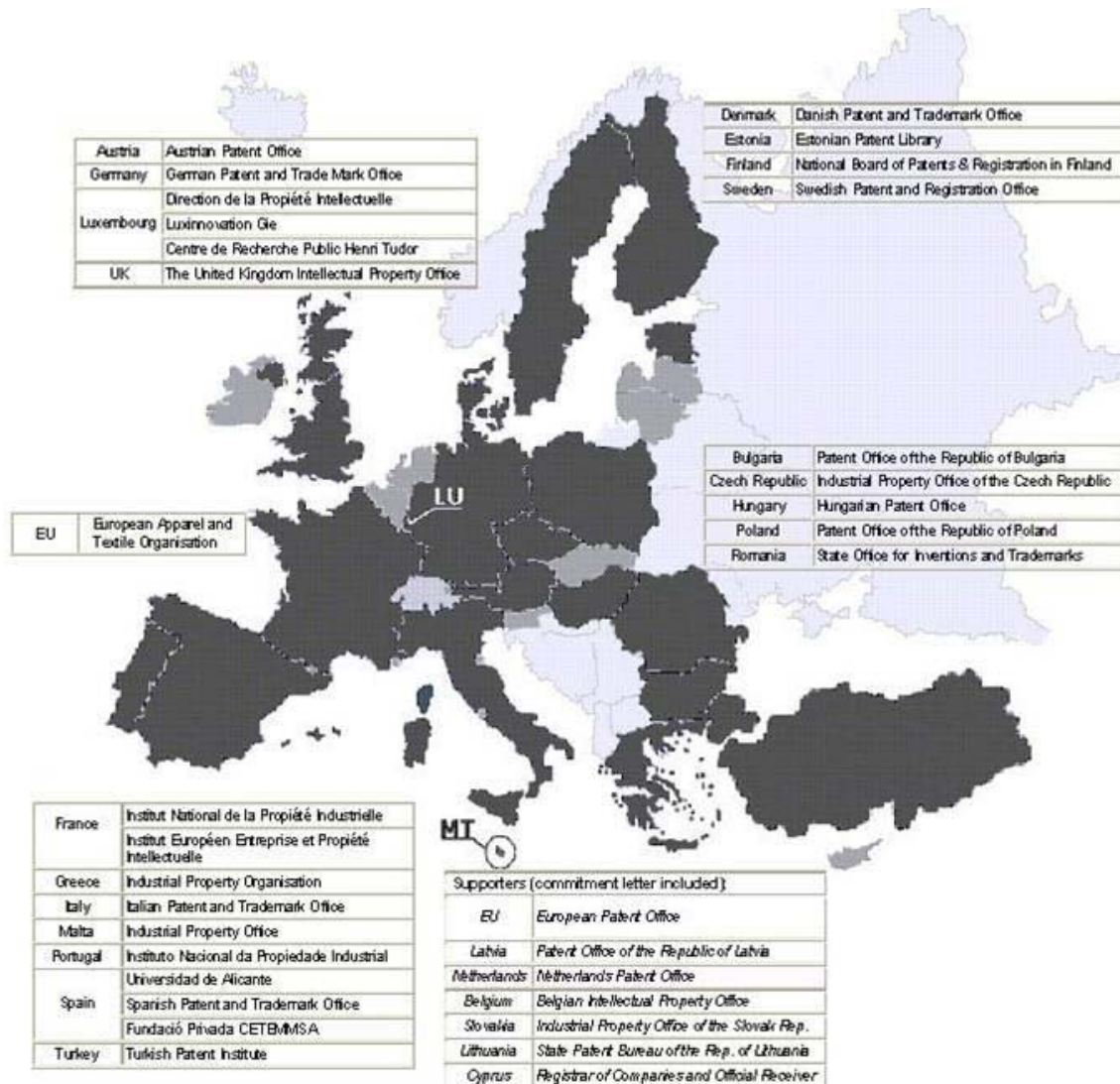
- Duración Nov 2007 – Nov 2010
- Presupuesto 7.700.000 €



Participantes

- **19 Oficinas de Patentes Nacionales**
- **4 organizaciones con amplia experiencia en este tipo de proyectos: (Universidad of Alicante, Centre de Recherche Public Henri Tudor, Institute Européene Enterprise et Propriété Intellectuelle y Estonian Patent Library)**
- **1 Agencia de Innovación (Innolux) especializada en PI**
- **1 Centro de Tecnología Textil (CETEMMSA) con amplia experiencia en el análisis de temas sectoriales y con un un interés especial en la PI**
- **1 organización comercial sin ánimo de lucro dedicada a la promoción de la industria textil (EURATEX)**





Objetivos

- **Elevar el interés y el conocimiento de las PYMEs sobre la PI**
- **Concienciar a las PYMEs sobre la necesidad de la integración de la PI en sus estrategias de innovación y en la planificación de su negocio**
- **Mejorar la protección de los derechos de PI –nacionales e internacionales- en las PYMEs e incrementar el uso de los métodos de protección sin registro**
- **Incrementar la protección de los derechos de PI de las PYMEs y su aplicación y la defensa frente a usurpaciones, de dentro o fuera de la UE**

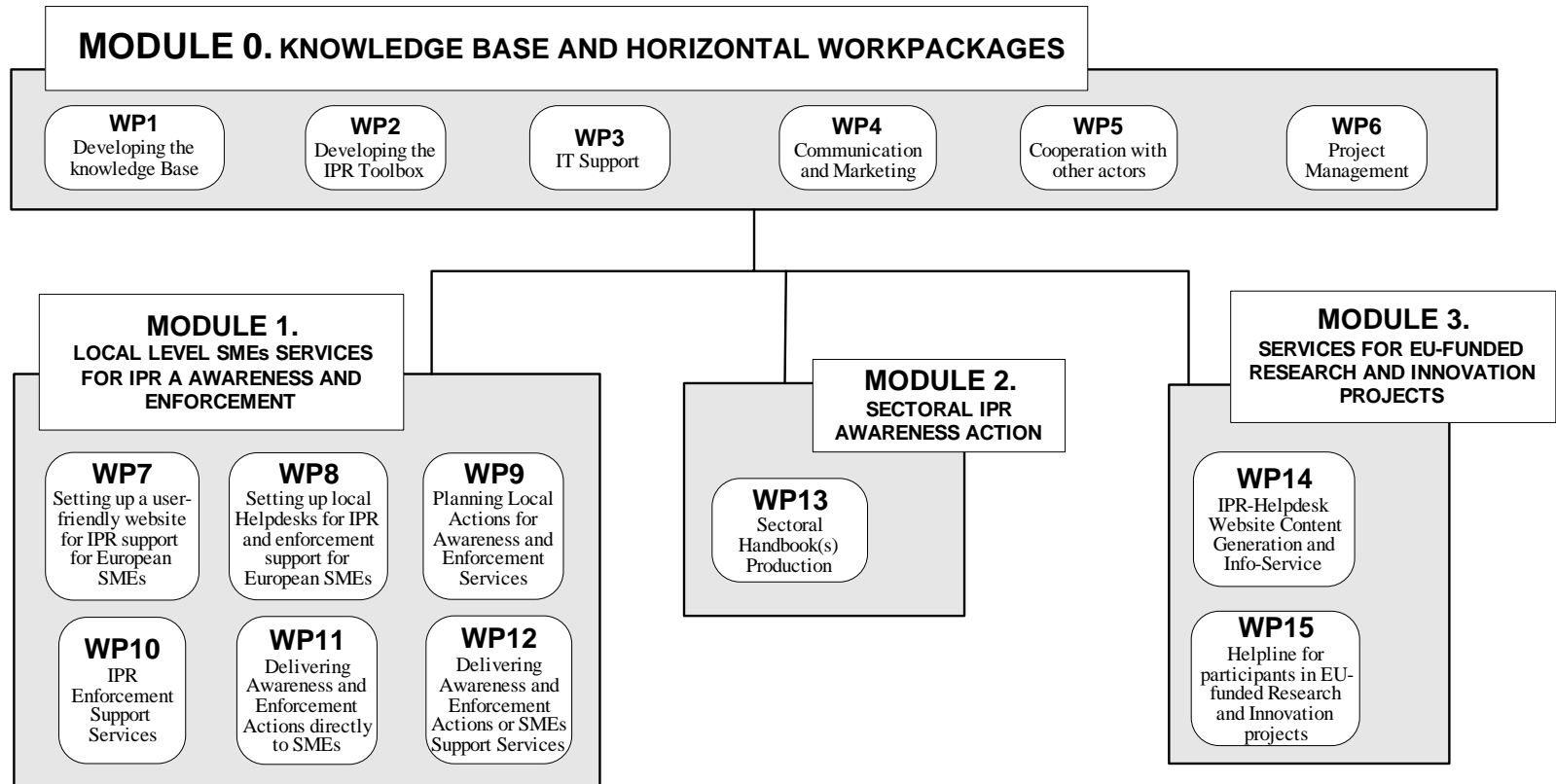


Objetivos (continuación)

- **Aumentar la capacidad de lucha de las PYMEs frente a la piratería así como el conocimiento de las metodologías disponibles para detectarla Concienciar a las PYMEs sobre la necesidad de la integración de la PI en sus estrategias de innovación y en la planificación de su negocio**
- **Promover la concienciación sobre los derechos de PI para informar a las industrias de la moda y el diseño (textil, cuero, calzado y mueble) sobre los riesgos de que plantea la piratería y sobre los medios y procedimientos existentes para combatirla**



Project modules





Guías sectoriales sobre Propiedad Industrial e Intelectual para los sectores del Calzado, de la Piel y el Cuero, del Mueble y Textil

4 guías - 4 sectores

Calzado



Cuero y Piel



Mueble



Textil





La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMEs

Una Guía para la Industria del Calzado



El proyecto "Sensibilización y Aplicación de la Propiedad Industrial e Intelectual. Acciones Modulares para las PYMEs" está financiado por el programa CIP, la DG Empresa e Industria de la Comisión Europea.



La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMES

Una Guía para la Industria del Calzado

Índice

3	La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para PYMES Una Guía para la Industria del Calzado
7	¿Qué necesita saber sobre los Derechos de Propiedad Industrial e Intelectual (DPI)?
15	Prepare su estrategia de PI
17	Paso 1: Descubra si sus activos/creaciones son realmente nuevos
19	Paso 2: Evalúe el nivel de riesgo de cada empresa/mercado/activo innovador
21	Paso 3: Gane dinero y cree valor utilizando su PI
24	Paso 4: Prepare su estrategia de PI
29	Fichas de información nacional
31	República de Bulgaria
39	República Checa
44	Francia
53	Alemania
60	Grecia
66	Hungría
75	Italia
83	Lituania
91	Polonia
99	Portugal
109	Rumanía
116	España
125	Reino Unido
133	Otras fichas de información
135	China
142	India
148	Rusia
157	Estados Unidos de América
163	Europa
171	Ámbito Internacional
176	Casos prácticos sectoriales

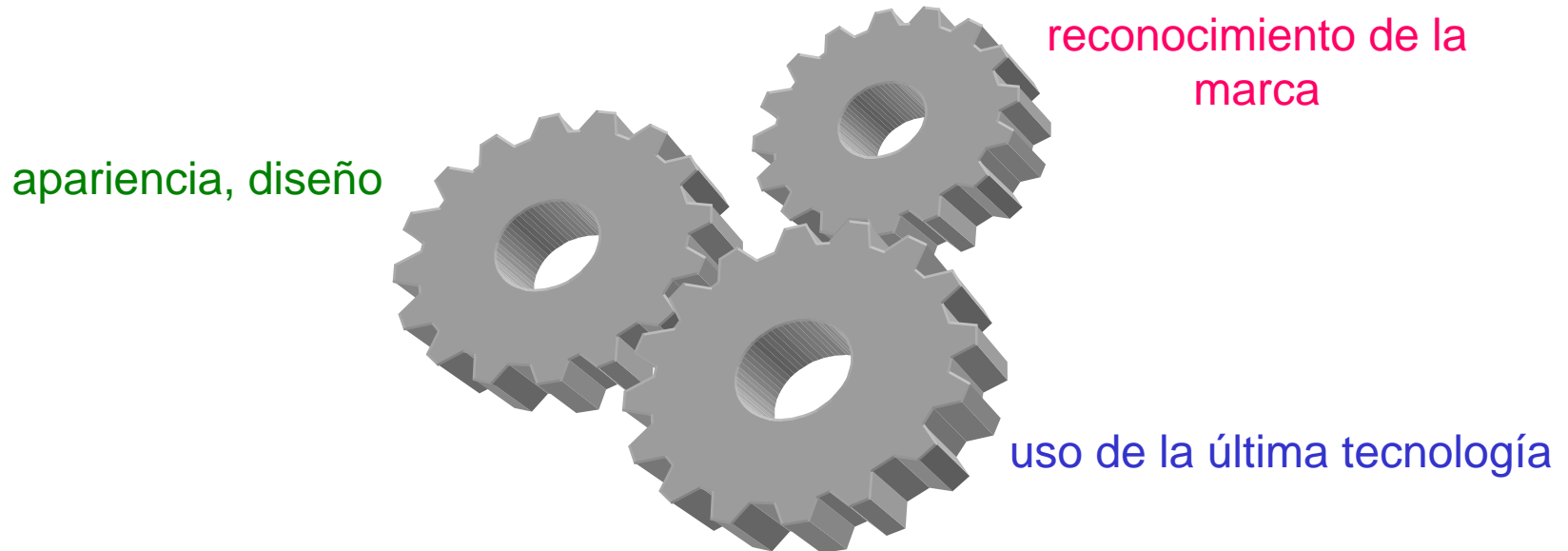
La industria del calzado en Europa

- 27.000 empresas - 400.000 personas
- 16.000 millones €/año
- 2/3 producción en Italia, España y Portugal
- 2.500 millones de pares/año consumidos
- Importaciones de bajo coste: 2/3 mercado interior

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMES
Una Guía para la Industria del Calzado



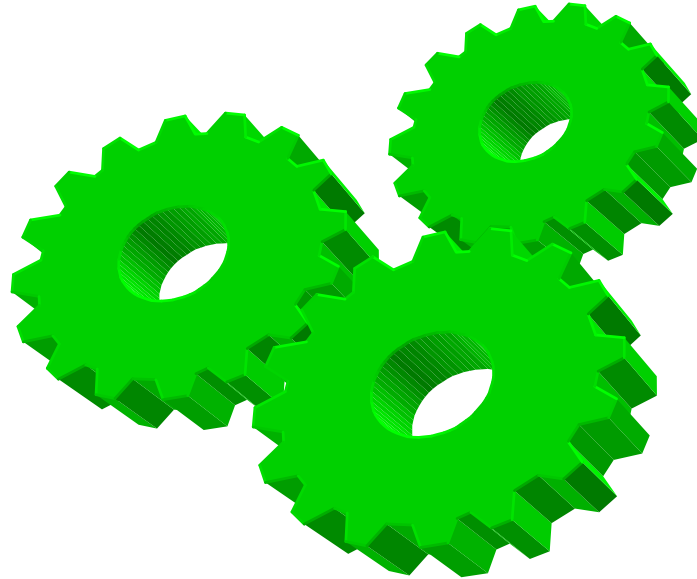
¿Qué necesita saber sobre los Derechos de Propiedad Industrial e Intelectual (DPI)?



¿Son ventajas competitivas?

¿Qué necesita saber sobre los Derechos de Propiedad Industrial e Intelectual (DPI)?

Secretos
industriales



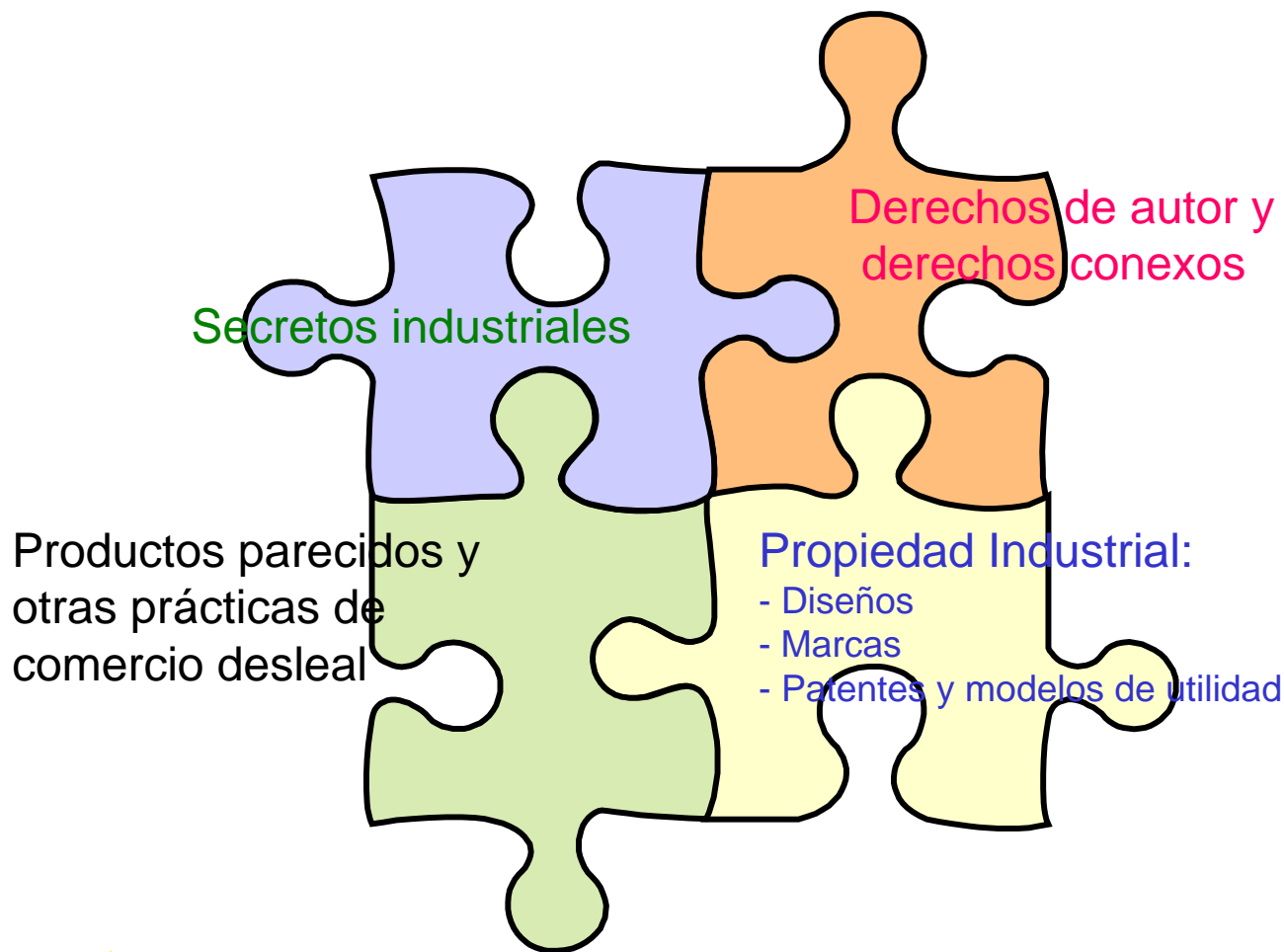
Derechos de autor y
derechos conexos

Propiedad Industrial:

- Diseños
- Marcas
- Patentes y modelos de utilidad

!!! La Propiedad Industrial e Intelectual son
activos de su empresa !!!

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMES
Una Guía para la Industria del Calzado



Prepare su estrategia de PI

1. Sus activos/creaciones, ¿son realmente nuevos?
- 2.- Evaluar nivel de riesgo
- 3.- Crear valor e incrementar ingresos
- 4.- Preparar estrategia de PI

Prepare su estrategia de PI

1. Sus activos/creaciones, ¿son realmente nuevos?

REALIZAR búsquedas previas de:

- * diseños industriales
- * marcas
- * patentes

Prepare su estrategia de PI

2.- Evaluar nivel de riesgo



RIESGOS ASOCIADOS con:

- * activos de la empresa
- * actividades comerciales y de distribución
- * I+D, diseño, compra, producción

Alerta, entrenamiento y disposición para actuar

Peligro en ferias y exposiciones

¡Le están copiando!

¿cuáles son las pistas para saberlo?

Prepare su estrategia de PI

Algunas directrices que pueden ayudarle a detectar que le están copiando o lo van a hacer próximamente:

- Observa que sus ventas están cayendo en un mercado específico sin una razón concreta
- Sus productos son, de repente, fotografiados o vistos en países en los que no se venden
- Un compañero le felicita por su incorporación al mercado de un país en el que no está presente
- Sus clientes insisten en una reducción del precio para igualar los precios de un competidor en un mercado concreto: probablemente, alguien está ofreciendo productos similares en el mercado a un precio bajo y poco realista
- Los productos que llevan sus marcas se están vendiendo a precios significativamente rebajados y/o en tiendas/puntos de venta no autorizados
- Ve un producto que es extremadamente similar al suyo en una feria comercial, en una tienda, en la calle, en Internet, etc.
- Las muestras que llevó a una feria comercial desaparecen repentinamente
- Están copiando a sus competidores directos

Prepare su estrategia de PI

3.- Crear valor e incrementar ingresos

Beneficios directos:

- Encontrar al socio correcto
- Negociar el acuerdo
- Qué incluir en el contrato
- Negocie con los derechos de PI
- Vigilancia y oportunidades

Beneficios indirectos:

- Aumentar el valor de su empresa
- Fortalecer las alianzas estratégicas
- Optimización fiscal
- Indemnización por copia
-

Prepare su estrategia de PI

4.- Preparar estrategia de PI

¿Qué protección para qué activo?

¿Cuál protección para qué activo?

Activo/riesgo identificado	Cobertura geográfica/necesidad/mercado	Resolución	Beneficio esperado/objetivo de la PYME	Prioridad	Próximos pasos – personas involucradas	Previsión de costes
Mi fórmula del proceso particular	El mundo entero	Secreto industrial	Para los competidores identificar lo que contiene es virtualmente imposible /requerirá tanto tiempo, que para cuando lo logren, el mercado habrá desaparecido Objetivo: una nueva fórmula secreta	1	Asegurarse de que los pasos de un proceso concreto sólo los llevo a cabo yo o X	Ningún coste
Mi marca	UE, EEUU, Japón	Marca	Asegurarme de que en los mercados objetivo, nadie puede copiarne	1	Registrar, Z es el responsable	Consultar los costes
Diseño x	Asia, Europa	Diseño registrado	Introducirse en un nuevo mercado	1	X es el responsable	Consultar los costes
Patente y	EEUU	Licenciar la patente en un país	Ganar dinero con las licencias. 1M EUR.	2	Identificar la red de distribución, Y es el responsable	Consultar los costes
Producto z	En el mundo entero	Sin protección	Asegurarnos de tener todos los documentos necesarios/ pasos a seguir en caso de falsificación	3	X es el responsable	Ningún coste
Contratos con los subcontratistas	India	Cláusula en el contrato	Proteger y aclarar la relación con el fabricante	2	X es el responsable	Ningún coste



Prepare su estrategia de PI

4.- Preparar estrategia de PI

¿Qué protección para qué activo?

Establecer operaciones y recursos

a) Recursos operativos

- definir qué función tendrá cada departamento,
- ¿va a subcontratar la gestión de la PI?

b) Recursos financieros

- planificar el presupuesto interno (protección, renovación, costes de litigio),
- solicitar ayudas y subvenciones externas

c) Recursos administrativos

- ¿tiene todos los documentos necesarios para proteger un activo disponible?
- en caso de falsificación, ¿existen competencias operativas claras?

Prepare su estrategia de PI

4.- Preparar estrategia de PI

¿Qué protección para qué activo?

Establecer operaciones y recursos

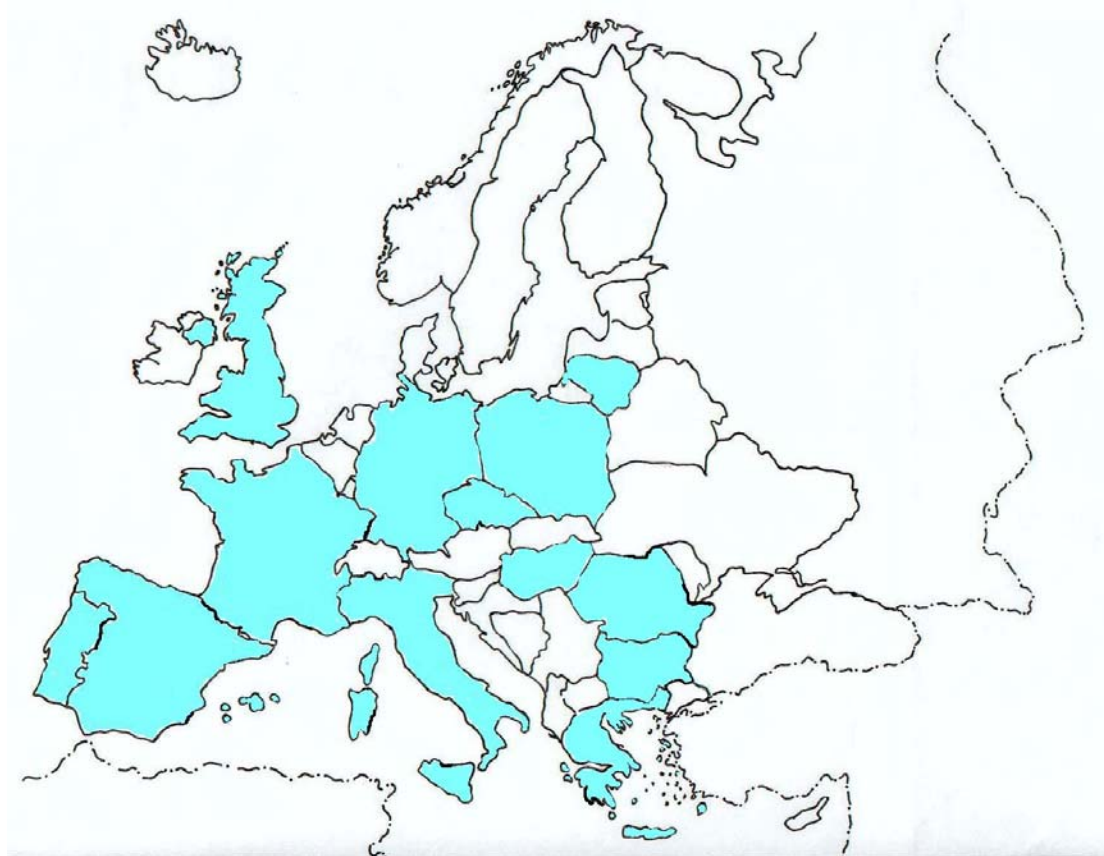
Planificación y seguimiento

Prepare su estrategia de PI

Pasos	Tareas que deben llevarse a cabo	Persona responsable	Personas/recursos implicados	Fecha límite
Paso 0: Lista de control interna preliminar: identifique los activos de PI que refuerzan sus objetivos estratégicos.	Preparar la lista de control interna (ej.: lluvia de ideas)			
Paso 1: Descubra si sus activos/creaciones son realmente nuevos.	Realizar una búsqueda en Internet (bases de datos disponibles) o contratar un abogado.			
Paso 2: Evalúe el nivel de riesgo para cada negocio/mercado/activo innovador.	Identificar el nivel de riesgo de los activos innovadores (ej.: una mesa)			
Paso 3: Gane dinero y cree valor utilizando su PI.	Establecer/priorizar sus propios objetivos según los beneficios directos e indirectos de la PI			
Paso 4: Prepare su estrategia de PI.	<p>Tomar decisiones sobre el tipo de protección para cada activo.</p> <p>Establecer operaciones y recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos operativos <ul style="list-style-type: none"> Procedimiento interno: ¿Qué función tendrá cada departamento? ¿Vamos a subcontratar la gestión de la PI? • Recursos financieros <ul style="list-style-type: none"> - Presupuesto interno y recursos financieros disponibles - Ayudas y subvenciones externas • Recursos administrativos • Vigilancia de la innovación/tecnología • Formación y concienciación <ul style="list-style-type: none"> Implica a todos los socios y departamentos • Difusión y comercialización <ul style="list-style-type: none"> Planificación y seguimiento • Acciones de planificación • Indicadores 			

Fichas de información: nacional (UE), fuera de la UE y organizaciones supranacionales

13 estados UE



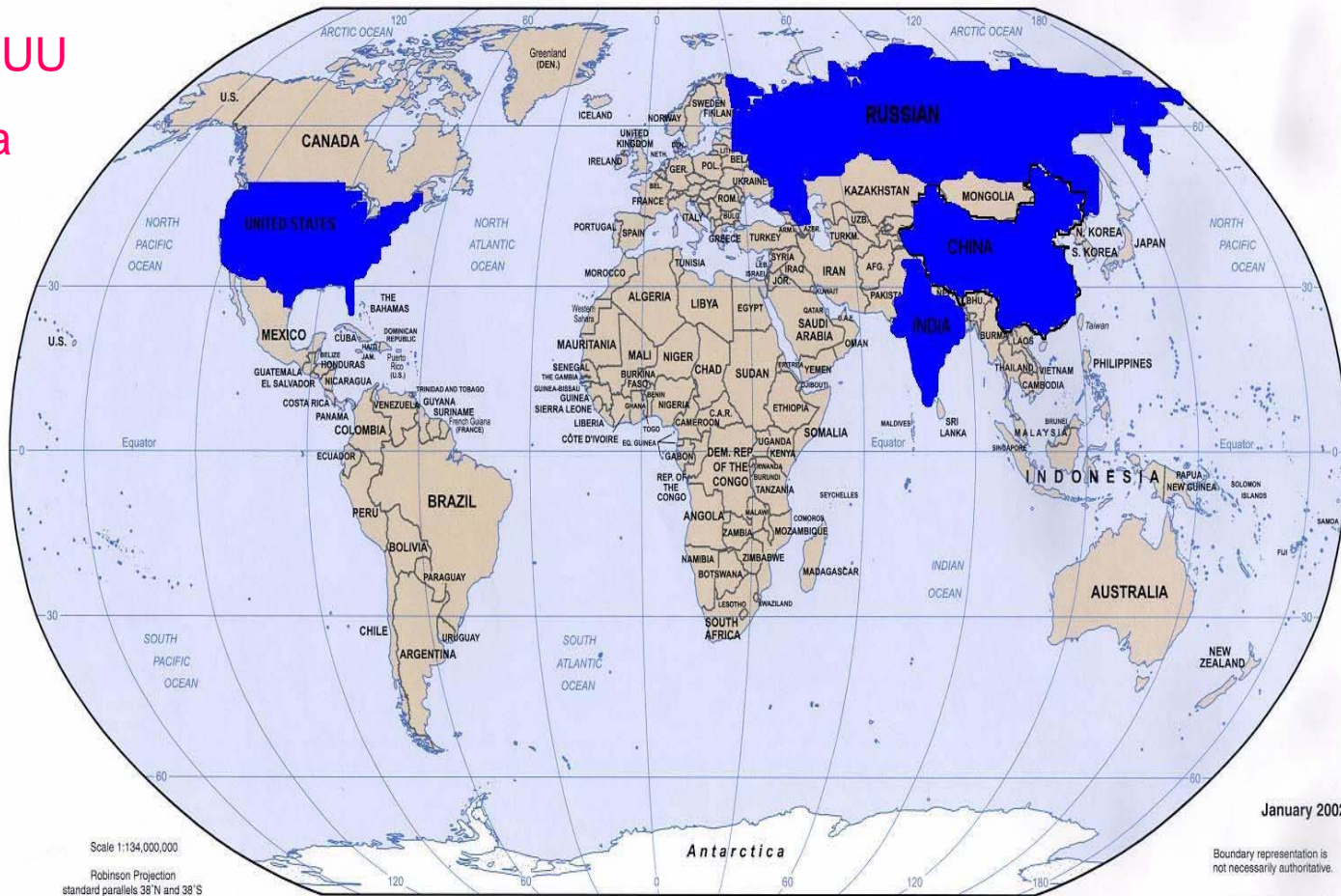
Fichas de información: nacional (UE), fuera de la UE, Europa y organizaciones supranacionales

- Derechos de diseños, marcas, patentes (y modelos de utilidad), derechos de autor
 - Leyes aplicables
 - ¿Qué puede y qué no puede protegerse?
 - Requisitos formales
 - Costes
 - Examen
 - Duración de la protección
 - Propiedad del derecho

- ¿Qué hacer si me copian?
 - Vías civil y penal
 - Datos de contacto
- Intervención en las aduanas
 - ¿Cómo actúan las aduanas?. Procedimientos
 - Datos de contacto
- Modos alternativos de enfrentarse a las infracciones
 - Tribunales de arbitraje
 - Centros de información específicos
- Datos de contacto en cada oficina u organismo supranacional

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMES
Una Guía para la Industria del Calzado

EEUU
Rusia
India
China



EUROPA

Sin requisitos formales

Dibujo o Modelo Comunitario No Registrado

Con requisitos formales

Dibujo y Modelo Comunitario Registrado (*Oficina de Armonización del Mercado Interior*)

Marca Comunitaria (*OAMI*)

Patente Europea (*Oficina Europea de Patentes*)

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMES

Una Guía para la Industria del Calzado



Code	Member state	Since
AT	Austria	1 May 1979
BE	Belgium	7 October 1977
BG	Bulgaria	1 July 2002
CH	Switzerland	7 October 1977
CY	Cyprus	1 April 1998
CZ	Czech Republic	1 July 2002
DE	Germany	7 October 1977
DK	Denmark	1 January 1990
EE	Estonia	1 July 2002
ES	Spain	1 October 1986
FI	Finland	1 March 1996
FR	France	7 October 1977
GB	United Kingdom	7 October 1977
GR	Greece	1 October 1986
HR	Croatia	1 January 2008
HU	Hungary	1 January 2003
IE	Ireland	1 August 1992
IS	Iceland	1 November 2004
IT	Italy	1 December 1978
LI	Liechtenstein	1 April 1980
LT	Lithuania	1 December 2004
LU	Luxembourg	7 October 1977
LV	Latvia	1 July 2005
MC	Monaco	1 December 1991
MK	Former Yugoslav Republic of Macedonia	1 January 2009
MT	Malta	1 March 2007
NL	Netherlands	7 October 1977
NO	Norway	1 January 2008
PL	Poland	1 March 2004
PT	Portugal	1 January 1992
RO	Romania	1 March 2003
SE	Sweden	1 May 1978
SI	Slovenia	1 December 2002
SK	Slovakia	1 July 2002
SM	San Marino	1 July 2009
TR	Turkey	1 November 2000



IPEuropAware



Ámbito internacional

Sin requisitos formales

Con requisitos formales

Registro de diseño internacional: Sistema de la Haya, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, (OMPI)

Hague System for the International Registration of Industrial Designs Report for 2009

List of the Contracting Parties to the Hague Agreement as of December 31, 2009

African Intellectual Property
Organization (OAPI) (99)
Albania (60 & 99)
Armenia (99)
Belgium (60)
Belize (60)
Benin (34 & 60)
Bosnia & Herzegovina (99)
Botswana (99)
Bulgaria (60 & 99)
Côte d'Ivoire (34 & 60)
Croatia (60 & 99)
Democratic People's Republic
of Korea (60)
Denmark (99)
Egypt (34 & 99)
Estonia (99)
European Union (99)
France (34, 60 & 99)
Gabon (60)
Georgia (60 & 99)
Germany (34 & 60)¹
Ghana (99)
Greece (60)
Hungary (60 & 99)
Iceland (99)
Indonesia (34)²
Italy (60)
Kyrgyzstan (60 & 99)
Latvia (99)
Liechtenstein (34, 60 & 99)
Lithuania (99)
Luxembourg (60)

Mali (60)
Monaco (34 & 60)
Mongolia (60 & 99)
Montenegro (60)
Morocco (34 & 60)
Namibia (99)
Netherlands³ (34 & 60)
Niger (60)
Oman (99)
Poland (99)
Republic of Moldova (60 & 99)
Romania (60 & 99)
Sao Tome and Principe (99)
Senegal (34 & 60)
Serbia (60 & 99)
Singapore (99)
Slovenia (60 & 99)
Spain (34 & 99)
Suriname (34 & 60)
Switzerland² (34, 60 & 99)
Syrian Arab Republic (99)
The former Yugoslav Republic
of Macedonia (60 & 99)
Tunisia (34)
Turkey (99)
Ukraine (60 & 99)

(Total: 56)

56 países

Ámbito internacional

Sin requisitos formales

Con requisitos formales

Registro de diseño internacional, Sistema de la Haya *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, (OMPI)*

Registro de Marca Internacional, Arreglo de Madrid (OMPI)

Miembros de la Unión de Madrid

Albania (A&P)	Finlandia (P)	- Antillas neerlandesas** (P)
Alemania (A&P)	Francia (A&P)	Polonia (A&P)
Antigua y Barbuda (P)	Georgia (P)	Portugal (A&P)
Argelia (A)	Grecia (P)	Reino Unido (P)
Armenia (A&P)	Hungría (A&P)	República Checa (A&P)
Australia (P)	Irán (República)	República Árabe Siria (A&P)
Austria (A&P)	Islámica del) (A&P)	República de Corea (P)
Azerbaiyán (A)	Irlanda (P)	República de Moldova (A&P)
Belarús (A&P)	Islandia (P)	República Popular Democrática de Corea (A&P)
Bélgica* (A&P)	Italia (A&P)	Rumania (A&P)
Bhután (A&P)	Japón (P)	San Marino (A)
Bosnia y Herzegovina (A)	Kazajstán (A)	Serbia y Montenegro (A&P)
Bulgaria (A&P)	Kenya (A&P)	Sierra Leona (A&P)
China (A&P)	Kirguistán (A&P)	Singapur (P)
Chipre (A&P)	Lesotho (A&P)	Sudán (A)
Comunidad Europea (P)	Letonia (A&P)	Suecia (P)
Croacia (A&P)	Liberia (A)	Suiza (A&P)
Cuba (A&P)	Liechtenstein (A&P)	Swazilandia (A&P)
Dinamarca (P)	Lituania (P)	Tayikistán (A)
Egipto (A)	Luxemburgo* (A&P)	Turkmenistán (P)
Eslovaquia (A&P)	Marruecos (A&P)	Turquía (P)
Eslovenia (A&P)	Mónaco (A&P)	Ucrania (A&P)
España (A&P)	Mongolia (A&P)	Uzbekistán (A)
Estados Unidos de América (P)	Mozambique (A&P)	Viet Nam (A)
Estonia (P)	Namibia (A&P)	Zambia (P)
Ex República Yugoslava de Macedonia (A&P)	Noruega (P)	
Federación de Rusia (A&P)	Países Bajos: - Territorio en Europa* (A&P)	

79 miembros

(A) : Estado parte en el Arreglo (56)

(P) : Estado parte en el Protocolo (66)

Ámbito internacional

Sin requisitos formales

Con requisitos formales

Registro de diseño internacional, Sistema de la Haya *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*, (OMPI)

Registro de Marca Internacional, Arreglo de Madrid (OMPI)

Registro de Patente Internacional, Patent Cooperation Treaty (OMPI)

**States Party to the PCT and the Paris Convention
and Members of the World Trade Organization**
(status on 13 October 2009)

States/Members	PCT (141)	Paris (173)	WTO (163)	States/Members	PCT	Paris	WTO
Albania (AL)	X	X	X	Cape Verde (CV)	-	-	X
Algeria (DZ)	X	X	-	Central African Republic (CF)	X	X	X
Andorra (AD)	-	X	-	Chad (TD)	X	X	X
Angola (AO)	X	X	X	Chile (CL)	X	X	X
Antigua and Barbuda (AG)	X	X	X	China (CN)	X ¹	X ^{1,2}	X
Argentina (AR)	-	X	X	Colombia (CO)	X	X	X
Armenia (AM)	X	X	X	Comoros (KM)	X	X	-
Australia (AU)	X	X	X	Congo (CG)	X	X	X
Austria (AT)	X	X	X	Costa Rica (CR)	X	X	X
Azerbaijan (AZ)	X	X	-	Côte d'Ivoire (CI)	X	X	X
Bahamas (BS)	-	X	-	Croatia (HR)	X	X	X
Bahrain (BH)	X	X	X	Cuba (CU)	X	X	X
Bangladesh (BD)	-	X	X	Cyprus (CY)	X	X	X
Barbados (BB)	X	X	X	Czech Republic (CZ)	X	X	X
Belarus (BY)	X	X	-	Democratic People's Republic of Korea (KP)	X	X	-
Belgium (BE)	X	X	X	Democratic Republic of the Congo (CD)	-	X	X
Belize (BZ)	X	X	X	Denmark (DK)	X	X	X
Benin (BJ)	X	X	X	Djibouti (DJ)	-	X	X
Bhutan (BT)	-	X	-	Dominica (DM)	X	X	X
Bolivia (Plurinational State of) (BO)	-	X	X	Dominican Republic (DO)	X	X	X
Bosnia and Herzegovina (BA)	X	X	-	Ecuador (EC)	X	X	X
Botswana (BW)	X	X	X	Egypt (EG)	X	X	X
Brazil (BR)	X	X	X	El Salvador (SV)	X	X	X
Brunei Darussalam (BN)	-	-	X	Equatorial Guinea (GQ)	X	X	-
Bulgaria (BG)	X	X	X	Estonia (EE)	X	X	X
Burkina Faso (BF)	X	X	X	European Communities	-	-	X
Burundi (BI)	-	X	X	Fiji (FJ)	-	-	X
Cambodia (KH)	-	X	X	Finland (FI)	X	X	X
Cameroon (CM)	X	X	X	France (FR)	X	X	X
Canada (CA)	X	X	X	Gabon (GA)	X	X	X

142 países

**States Party to the PCT and the Paris Convention
and Members of the World Trade Organization**

(status on 13 October 2009)

States/Members	PCT	Paris	WTO	States/Members	PCT	Paris	WTO
Gambia (GM)	X	X	X	Lebanon (LB)	–	X	–
Georgia (GE)	X	X	X	Lesotho (LS)	X	X	X
Germany (DE)	X	X	X	Liberia (LR)	X	X	–
Ghana (GH)	X	X	X	Libyan Arab Jamahiriya (LY)	X	X	–
Greece (GR)	X	X	X	Liechtenstein (LI)	X	X	X
Grenada (GD)	X	X	X	Lithuania (LT)	X	X	X
Guatemala (GT)	X	X	X	Luxembourg (LU)	X	X	X
Guinea (GN)	X	X	X	Macao, China (MO)	–	– ²	X
Guinea-Bissau (GW)	X	X	X	Madagascar (MG)	X	X	X
Guyana (GY)	–	X	X	Malawi (MW)	X	X	X
Haiti (HT)	–	X	X	Malaysia (MY)	X	X	X
Holy See (VA)	–	X	–	Maldives (MV)	–	–	X
Honduras (HN)	X	X	X	Mali (ML)	X	X	X
Hong Kong, China (HK)	– ¹	– ¹	X	Malta (MT)	X	X	X
Hungary (HU)	X	X	X	Mauritania (MR)	X	X	X
Iceland (IS)	X	X	X	Mauritius (MU)	–	X	X
India (IN)	X	X	X	Mexico (MX)	X	X	X
Indonesia (ID)	X	X	X	Monaco (MC)	X	X	–
Iran (Islamic Republic of) (IR)	–	X	–	Mongolia (MN)	X	X	X
Iraq (IQ)	–	X	–	Montenegro (ME)	X	X	–
Ireland (IE)	X	X	X	Morocco (MA)	X	X	X
Israel (IL)	X	X	X	Mozambique (MZ)	X	X	X
Italy (IT)	X	X	X	Myanmar (MM)	–	–	X
Jamaica (JM)	–	X	X	Namibia (NA)	X	X	X
Japan (JP)	X	X	X	Nepal (NP)	–	X	X
Jordan (JO)	–	X	X	Netherlands (NL)	X	X	X
Kazakhstan (KZ)	X	X	–	New Zealand (NZ)	X	X	X
Kenya (KE)	X	X	X	Nicaragua (NI)	X	X	X
Kuwait (KW)	–	–	X	Niger (NE)	X	X	X
Kyrgyzstan (KG)	X	X	X	Nigeria (NG)	X	X	X
Lao People's Democratic Republic (LA)	X	X	–	Norway (NO)	X	X	X
Latvia (LV)	X	X	X	Oman (OM)	X	X	X



IPeuropAware



**States Party to the PCT and the Paris Convention
and Members of the World Trade Organization**
(status on 13 October 2009)

States/Members	PCT	Paris	WTO	States/Members	PCT	Paris	WTO
Pakistan (PK)	-	X	X	Sri Lanka (LK)	X	X	X
Panama (PA)	-	X	X	Sudan (SD)	X	X	-
Papua New Guinea (PG)	X	X	X	Suriname (SR)	-	X	X
Paraguay (PY)	-	X	X	Swaziland (SZ)	X	X	X
Peru (PE)	X	X	X	Sweden (SE)	X	X	X
Philippines (PH)	X	X	X	Switzerland (CH)	X	X	X
Poland (PL)	X	X	X	Syrian Arab Republic (SY)	X	X	-
Portugal (PT)	X	X	X	Taiwan, Province of China (TW) ³	-	-	X
Qatar (QA)	-	X	X	Tajikistan (TJ)	X	X	-
Republic of Korea (KR)	X	X	X	Thailand (TH)	X ⁴	X	X
Republic of Moldova (MD)	X	X	X	The former Yugoslav Republic of Macedonia (MK)	X	X	X
Romania (RO)	X	X	X	Togo (TG)	X	X	X
Russian Federation (RU)	X	X	-	Tonga (TO)	-	X	X
Rwanda (RW)	-	X	X	Trinidad and Tobago (TT)	X	X	X
Saint Kitts and Nevis (KN)	X	X	X	Tunisia (TN)	X	X	X
Saint Lucia (LC)	X	X	X	Turkey (TR)	X	X	X
Saint Vincent and the Grenadines (VC)	X	X	X	Turkmenistan (TM)	X	X	-
San Marino (SM)	X	X	-	Uganda (UG)	X	X	X
Sao Tome and Principe (ST)	X	X	-	Ukraine (UA)	X	X	X
Saudi Arabia (SA)	-	X	X	United Arab Emirates (AE)	X	X	X
Senegal (SN)	X	X	X	United Kingdom (GB)	X	X	X
Serbia (RS)	X	X	-	United Republic of Tanzania (TZ)	X	X	X
Seychelles (SC)	X	X	-	United States of America (US)	X	X	X
Sierra Leone (SL)	X	X	X	Uruguay (UY)	-	X	X
Singapore (SG)	X	X	X	Uzbekistan (UZ)	X	X	-
Slovakia (SK)	X	X	X	Venezuela (Bolivarian Republic of) (VE)	-	X	X
Slovenia (SI)	X	X	X	Viet Nam (VN)	X	X	X
Solomon Islands (SB)	-	-	X	Yemen (YE)	-	X	-
South Africa (ZA)	X	X	X	Zambia (ZM)	X	X	X
Spain (ES)	X	X	X	Zimbabwe (ZW)	X	X	X



EuropeAware



Oficina Española
de Patentes y Marcas

Casos prácticos sectoriales

Casos prácticos sectoriales

179



ció. Si, antes de comercializar los productos, el fabricante hubiese protegido sus intereses mediante el registro de un diseño industrial, podría haber evitado la entrada de los artículos competidores en Bulgaria con ayuda de las autoridades aduaneras conforme a la ley búlgara.

Marca

Las dos marcas colectivas presentadas arriba pertenecen a la UNIC, la Asociación Italiana de Comercio de la Piel y el Cuero, y son el origen de la mega-incidentación por parte de las Autoridades Italianas de productos de piel falsificados y piratas en la llamada Operación "Zapatos tóxicos" en septiembre de 2008. 1,7 millones de productos de piel por un valor de unos 20 millones EUR se confiscaron en almacenes de la Toscana, Lazio y Calabria, vaciando el mercado de productos ilegales que, además, resultaban perjudiciales para los consumidores. Los usuarios licenciados de estas marcas deben cumplir estrictas normas de calidad.

Un reto desde el punto de vista jurídico es la protección de marcas como BOSS o HUGO. Su registro puede no concederse en determinados países, ya que las personas que tienen ese nombre, por ejemplo en España, pueden oponerse a los derechos exclusivos sobre la palabra HUGO, y BOSS es un término con un significado en Inglés (jefe o director). No obstante, HUGO BOSS está reconocida como marca de fama en la clase 25 en China.

Antes de presentar un producto Z en el mercado, la Empresa Y decidió que era importante para su estrategia comercial asociarlo con una nueva marca. En este intento, la empresa ha invertido una importante cantidad de dinero para crear la marca más apropiada. El producto se presentó en el mercado con su nueva marca. Sin embargo, la empresa no había registrado la marca ni había realizado una búsqueda en las bases de datos de marcas con el fin de asegurarse de que no vulneraría los derechos de otra empresa. Tras unos meses, la policía confiscó sus productos, y la empresa fue acusada de copiar la marca de la Empresa W. La Empresa Y estaba utilizando una marca similar a la marca registrada de la Empresa W. Como resultado, la Empresa Y debe realizar un pago compensatorio

a la Empresa W y ha sufrido sustanciosas pérdidas como consecuencia de las inversiones realizadas en su estrategia de comercialización y de los costes de fabricación de los productos que se tuvieron que destruir.

Calzado

Marca

Hace 15 años, una pequeña empresa lituana empezó a construir una red de tiendas de calzado, ropa y accesorios para caballeros. Por distintos motivos, la empresa tuvo que cambiar su nombre comercial en dos ocasiones, lo que le produjo una pérdida de clientes. Poco después de que el nuevo nombre comercial se registrase como marca ante la Oficina Nacional de Patentes, de repente como caida del cielo, recibieron una demanda interpuesta por la famosa empresa italiana de Gianni Versace. Acusaba a la empresa de competencia desleal y afirmaba que la marca lituana era muy parecida a la marca italiana "Versus Versace". La Oficina Nacional de Patentes asumió la demanda y lo confirmó. Esto supuso un fuerte golpe para la empresa lituana puesto que no tenía esas intenciones. Por si no fuese suficientemente lamentable, antes de registrar la marca, la empresa había invertido más de un millón de Lit as en el negocio para introducir la nueva marca, lo que demuestra la importancia de realizar una investigación exhaustiva antes de solicitar una marca.

La Empresa W se posicionó a sí misma como una empresa innovadora en el mercado del calzado. Recientemente, había creado una nueva colección de sandalias, que contaba con un nuevo concepto de suela de zapato y modelos de diseño originales. Teniendo en cuenta el mercado potencial de esta colección, la empresa también había decidido crear una nueva marca que debería asociarse con la misma. Con el propósito de obtener una mayor seguridad en cuanto a la novedad de estas innovaciones, la Empresa X ha realizado búsquedas en las bases de datos de diseños industriales y marcas del Instituto Portugués de Propiedad Industrial (INPI), disponibles *on line* de forma gratuita, y ha solicitado a los servicios del INPI que realicen una búsqueda en la base de datos de patentes. No se encontró nada similar en ninguna de estas áreas. Por tanto, antes de lanzar al mercado su nueva colección, la Empresa X decidió solicitar el registro de su nueva marca, del diseño de sus nuevas sandalias y de la protección mediante patente de su innovador concepto de suela.

Patentes

El inventor X construyó una bota de fútbol especial. Solicitó una patente en un país Z y, después, ofreció la in-

180

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para PYMES

vencción para su venta a un reconocido fabricante de ropa deportiva, la Empresa Y. La Empresa Y no compró la invención pero unos pocos años después, introdujo la bota de fútbol en el mercado del país Z como producto propio. El inventor X tenía una patente para la invención y presentó una demanda por infracción de patente contra la Empresa Y. Como respuesta, la Empresa Y inició un procedimiento de nulidad. Como resultado del procedimiento de nulidad, la patente continuó siendo válida. El inventor ganó la demanda y recibió una sustanciosa indemnización. Sin embargo, como la bota de fútbol sólo estaba protegida en el país Z, el inventor X tuvo que tolerar el hecho de que la Empresa Y fuera libre de vender la bota en otros países. Todavía la Empresa Y recibe hoy en día sustanciosos ingresos de estas ventas.

Intervención de las Autoridades aduaneras

La Empresa Y recibió información de que un zapato de su nueva colección se estaba fabricando en China y comercializándose en Portugal. Puesto que la Empresa Y había registrado debidamente el diseño de esta colección en Portugal, se puso en contacto con la policía portuguesa para presentar una denuncia por la infracción de sus derechos. La empresa también decidió informar al Departamento Portugués de Aduanas e Impuestos especiales de que estaba llegando a Portugal procedente de China mercancía que vulneraba sus derechos de propiedad industrial. Estas acciones permitieron la incautación de los productos, que ya se estaban comercializando en Portugal y permitieron a las Autoridades portuguesas de aduanas confiscar un contenedor de productos que pasó por su control algunos meses después.

Mobiliario

Diseño Industrial

El titular de un diseño industrial registrado para un mueble notifica a la oficina de patentes que se han infringido sus derechos de diseño y la oficina de patentes inicia los procedimientos administrativos. Se realiza una comprobación en la fábrica indicada por el titular del diseño, donde se establece que los artículos tienen un diseño idéntico. Se redacta una declaración de infracción, así como una disposición de penalización. El infractor recurre ante los tribunales la disposición de penalización, pero pierde. Como resultado, se impone una pena al infractor y se destruye el objeto de la infracción.

"JOIN" es una empresa que diseña y fabrica muebles. Protege algunos de sus diseños en Grecia. Dos de sus modelos de dormitorio fueron copiados, uno protegido mediante

un título de diseño industrial y el otro sí no. La empresa inició procedimientos judiciales. En el caso del diseño no protegido, según la ley de competencia desleal, el juez ordenó al infractor: a) la retirada de los productos del mercado, y b) difundir un comunicado en los medios de comunicación. En el caso del diseño protegido, el infractor fue condenado a 10 meses de prisión y se le ordenó pagar una multa de 3.000 EUR y una indemnización de 15.000 EUR, así como las costas judiciales.

La PYME A ha estado entre los líderes del mercado polaco de mobiliario del hogar exclusivo durante unos 30 años. Durante mucho tiempo también ha sido la propietaria de varios certificados de registro y de protección. A pesar de esto, en 2004, otra empresa polaca, la PYME B, empezó a introducir en el mercado falsificaciones de los productos de la PYME A (copias exactas) que se importaron de China como productos "sin nombre". La PYME B argumentó que sus productos se compararon en Singapur y se fabricaron en China y negaba que la PYME A fuese la autora del diseño industrial (pero dicha PYME A compró el diseño en China/Singapur y lo registró en Polonia como propio). Como resultado, la PYME A demandó a la PYME B por infracción y obtuvo una sentencia favorable que ordenaba a la PYME B cesar en la importación y comercialización de productos falsificados. Mediante otra acción judicial (para la entrega de los beneficios obtenidos de forma ilícita) la PYME A obtuvo una indemnización por las pérdidas ocasionadas por la actividad de la PYME B.

Marca

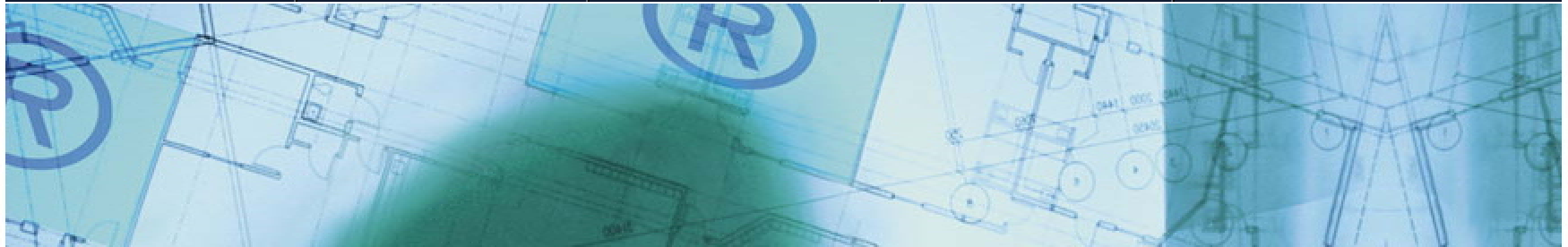
La Empresa lituana X fabrica sofás y armarios. Puesto que el mercado local se desarrolla rápidamente, la competencia es cada vez más intensa. La Empresa X decide invertir en publicidad del nombre comercial y en comercializar la marca. Trata de hacer visible la marca en todos los detalles relevantes del mueble. La estrategia de publicidad en los medios de comunicación también ayuda a incrementar las ventas. El año pasado, las ventas alcanzaron el 250%, sin duda, resultado de su sólida y poderosa marca y de las numerosas actividades de comercialización. Recientemente, se decidió ampliar el período de garantía un año más (un año es el plazo estándar para los fabricantes de muebles) como signo de su excelente calidad y aumentar su competitividad en el mercado.

Basándose en la estrategia de ventas de la Empresa X, llamamos su atención sobre el hecho de que "si quiere ganar un cliente, debe contar con una marca sólida y desarrollar su nombre comercial".

¿Dónde obtener las guías?

www.oepm.es/

www.innovaccess.eu/



Estás en: [Inicio](#) > [Propiedad Industrial](#) > [Publicaciones](#) > [Guías Sectoriales](#)

- [Boletín Oficial de la Propiedad Industrial](#)
- [Folletos Informativos](#)
- [Publicaciones sobre Propiedad Industrial](#)
- [Guías Sectoriales](#)

Guías Sectoriales

La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para las PYMEs

Los sectores del Textil y la Confección, el Cuero y la Piel, el Calzado y el Mueble se enfrentan en su lucha diaria por la supervivencia a una competencia feroz, especialmente la que proviene de otros continentes como Asia o Suramérica.

Las pequeñas empresas necesitan proteger su valiosa Propiedad Industrial e Intelectual (IP) (invenciones, marcas y diseños) pueden acceder a cuatro nuevas Guías Sectoriales internacionalmente acreditadas.

Estas guías explican de una forma comprensible lo que los derechos de propiedad industrial e intelectual pueden significar para una PYME: cómo utilizarlos, y las claves para profundizar más en ellos, incluyendo también cuestiones relativas a la falsificación.



[Una guía para la Industria del Calzado](#) 



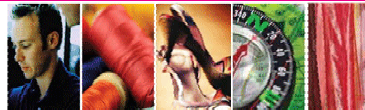
[Una guía para la Industria del Cuero y de la Piel](#) 



[Una guía para la Industria del Mueble](#) 



[Una guía para la Industria Textil y de la Confección](#) 



NEED AN ANSWER?

[Home](#) > [Sectorial Handbooks and Workshops](#)

 [Guides for the Leather, Footwear, Textiles and Furniture Industry](#)



INTELLECTUAL PROPERTY, A BUSINESS TOOL FOR SMES

It is proved that the 4 sectors of Textiles and Clothing, Leather, Footwear and Furniture face a fierce competition in their everyday struggle for surviving; especially from other continents like Asia or South America.

Small businesses which need to protect their valuable Intellectual Property (IP) like inventions, brands and designs can access here 4 new international accredited IP Sectorial Guides.

The Guides explain in an understandable way what the IPR could mean for a SMEs, how to use it and find out more about it, including also the issues of counterfeiting.

[A guide for the Furniture Industry](#)



PDF version  [CS](#) [DE](#) [EL](#) [EN](#) [ES](#)

[A guide for the Leather industry](#)



PDF version  [CS](#) [DE](#) [EL](#) [EN](#) [ES](#)

[A guide for the Footwear industry](#)



PDF version  [CS](#) [DE](#) [EL](#) [EN](#) [ES](#)

[A guide for the Textile and Clothing industry](#)



PDF version  [CS](#) [DE](#) [EL](#) [EN](#) [ES](#)

Sectorial handbooks



PDF

BEST PROTECTION 

CHOOSE
the best mode of
PROTECTION

HOW MUCH ? 

Cost of
an IPR

FIND MORE 

PATENTS
SEARCH
IPRSYSTEMS

- About us

- Disclaimer

- © Copyright

[IP in EU projects](#)





Índice

3	La Propiedad Industrial e Intelectual, una herramienta de negocio para PYMEs Una Guía para la Industria del Calzado
7	¿Qué necesita saber sobre los Derechos de Propiedad Industrial e Intelectual (DPI)?
15	Prepare su estrategia de PI
17	Paso 1: Descubra si sus activos/creaciones son realmente nuevos
19	Paso 2: Evalúe el nivel de riesgo de cada empresa/mercado/activo innovador
21	Paso 3: Gane dinero y cree valor utilizando su PI
24	Paso 4: Prepare su estrategia de PI
29	Fichas de información nacional
31	República de Bulgaria
39	República Checa
44	Francia
53	Alemania
60	Grecia
66	Hungría
75	Italia
83	Lituania
91	Polonia
99	Portugal
109	Rumanía
116	España
125	Reino Unido
133	Otras fichas de información
135	China
142	India
148	Rusia
157	Estados Unidos de América
163	Europa
171	Ámbito Internacional
176	Casos prácticos sectoriales



Muchas gracias por su atención