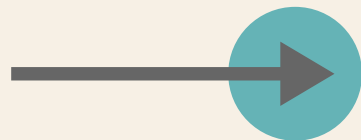


PROPIEDAD INTELECTUAL



Mgter. Carolina A. Canitrot | Abog. Julieta Oelsner





 **Carolina Canitrot**
ELAPI | Dir. de Operaciones ARG
ccanitrot@estudioperezhualde.com



 **Julieta Oelsner**
ELAPI | Miembro
joelsner@estudioperezhualde.com



ELAPI

Escuela Latinoamericana de Propiedad Intelectual

Derechos de Propiedad Intelectual



El Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1967) no tiene por objeto definir la P.I., pero ofrece una lista de los siguientes objetos protegidos por derechos de P.I., a saber:

- las obras literarias, artísticas y científicas;
- las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión;
- las invenciones en todos los campos de la actividad humana;
- los descubrimientos científicos;
- los diseños industriales;
- las marcas de fábrica, de comercio y de servicio y los nombres y denominaciones comerciales;
- la protección contra la competencia desleal; y
- "todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico".



¿CUÁL ES SU ACTIVO PRINCIPAL?



Derechos de Propiedad Intelectual



Uber

DERECHOS DE AUTOR

cabify

LAS IDEAS SON LIBRES,
únicamente pueden protegerse

las **obras**.

¿Qué se entiende por obra?

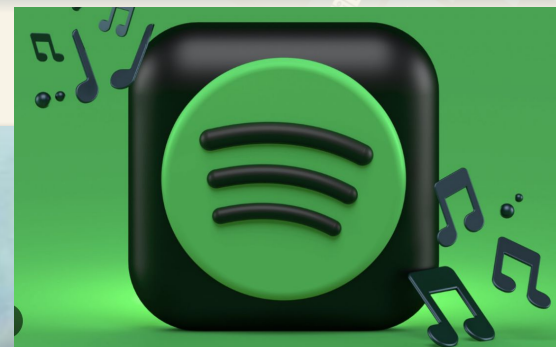
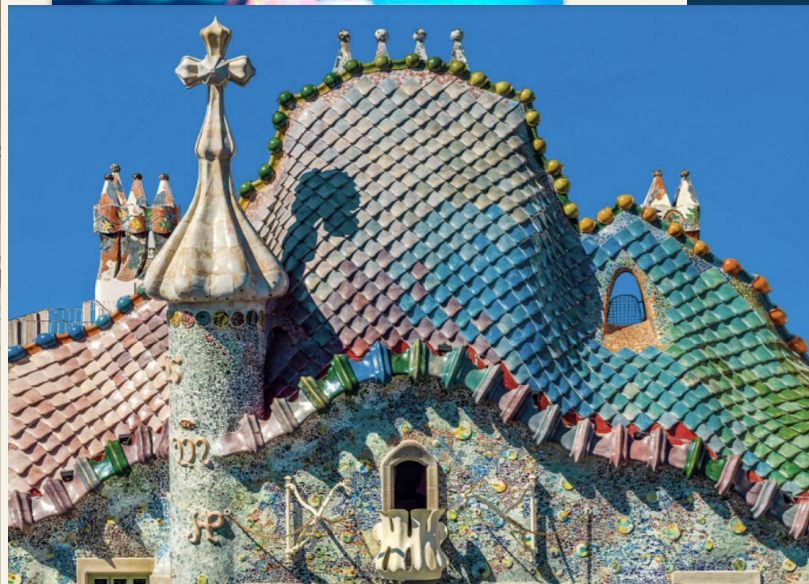
Obras artísticas y literarias que sean **originales**, y susceptibles de ser divulgadas o reproducidas por cualquier medio.

P

Rappi

N

D DE INC



DERECHOS DE AUTOR

“La protección del derecho de autor abarca la expresión de ideas, procedimientos, métodos de operación y conceptos matemáticos pero no esas ideas, procedimientos, métodos y conceptos en sí”.



Ley 11.723



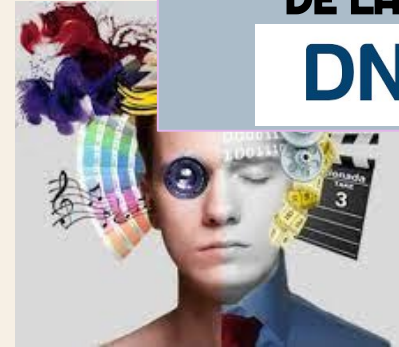
DERECHOS ECONÓMICOS

De reproducción,
distribución,
comunicación pública



DERECHOS MORALES

Paternidad, Integridad y
No divulgación



DERECHOS CONEXOS

Artistas, productores de
fonogramas, organismos
de radiodifusión,

HACER EL DEPÓSITO
DE LA OBRA

DNDA



Internet

Así puedes pr
puedes crear

Midjourney estaba como un



Midjourney Cortesía (C)

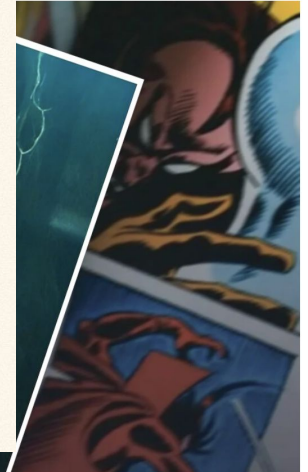
CÓDIGO FUENTE

```
int suma(int a,b
{
    int c = a+b;
    return c;
}
```

CÓDIGO OBJETO

```
0100101
0101010
0010101
0101010
0010101
```

encia
copyright:
eptable



FUNDAMENTAL
TENER UN
CONTRATO

¿AUTOR? ¿TITULAR?

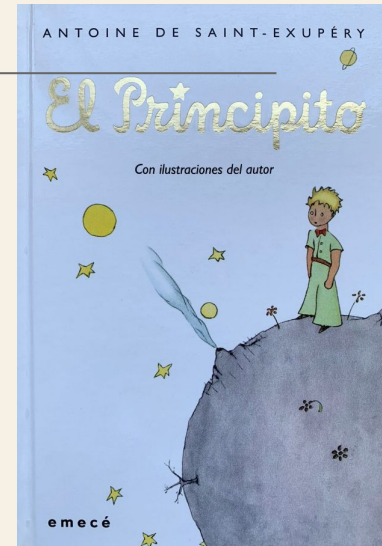
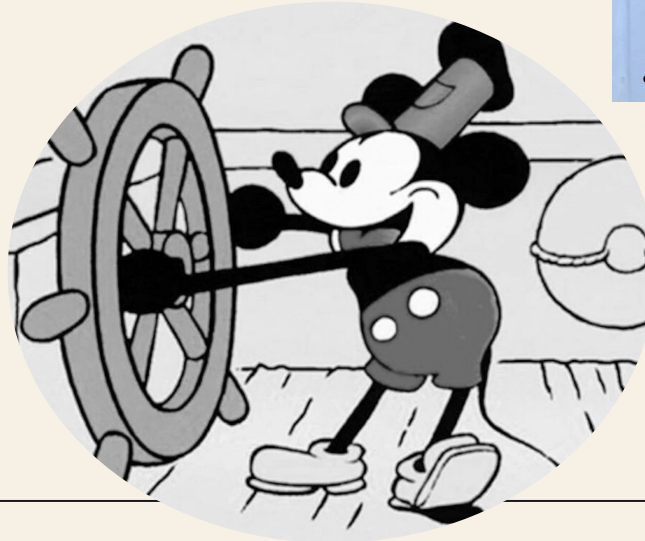


HACER EL DEPÓSITO
DE LA OBRA
DNDA

- OBRA PUBLICADA - OBLIGATORIO
- OBRA INÉDITA - OPCIONAL

ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- **TERRITORIO:** ~~por país/región~~ **mundial**
- **DURACIÓN:** 70 AÑOS después de la muerte del autor —> DOMINIO PÚBLICO
 - En colaboración
 - Obras póstumas
 - Fotografías
 - Cinematográficas
- **PRIORIDAD (?)**
- **EXCLUSIVIDAD**
- **REGISTRO (?)**



Derechos de Propiedad Industrial



PROCESO INVENTIVO



El proceso inventivo goza de tres etapas:

IDEA de satisfacer alguna necesidad humana



MATERIALIZACIÓN en un producto o procedimiento (medio), actúa como -causa- para lograr un...



RESULTADO -> -efecto- una solución a una necesidad en el campo de la industria.



“... el invento consiste en el **descubrimiento** de que **ciertos medios materiales o cierta combinación de medios materiales**, puestos en funcionamiento en determinadas condiciones, **producen un resultado constante** que es efecto de esa función. **El resultado no es privativo del inventor. Lo único privativo es el empleo de esos medios cuando funcionan para producir un resultado.**”

PATENTES



PATENTES: “Serán patentables las invenciones de **PRODUCTOS** o de **PROCEDIMIENTOS**, siempre que sean **nuevas**, **entrañen una actividad inventiva** y sean susceptibles de **aplicación industrial**. (Art. 4, Ley 24.481)

Invención. Creación humana que permita transformar materia o energía para su aprovechamiento por el hombre.

Novedosa. Que no esté comprendida en el estado de la técnica

+ **Altura inventiva** (no obviedad) **y aplicación industrial**

Divulgación no afecta la novedad si dentro del año la registra.

PATENTES



"toda creación humana que permita transformar materia o energía para su aprovechamiento por el hombre"

- El problema técnico puede o no ser novedoso; la solución sí.
- No es necesario que sean complejas las invenciones



ENTONCES... no se consideran invenciones



Descubrimientos - no se crea sino que se detecta y se pone en evidencia algo que ya existía en la naturaleza, pero que había escapado a la observación del ser humano.

Teorías científicas y métodos matemáticos: No se cristalizan en forma inmediata en resultados prácticos y concretos. Se trata de relaciones conceptuales.

Creaciones literarias, artísticas o estéticas. Obras científicas.

Planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales y para juegos

ENTONCES... no resulta patentable



Programas de computación

Las formas de presentación de la información


Métodos de tratamiento quirúrgico, terapéutico o de diagnóstico


Yuxtaposiciones y mezclas. Variación de formas, materia o dimensiones

Materia viva y sustancias preexistentes en la naturaleza

SON INVENCIONES

pero no resultan patentables...

 **Protección de intereses superiores:** Invenciones que atenten contra el orden público o la moralidad, la salud o la vida de las personas o de los animales o para preservar los vegetales o evitar daños graves al medio ambiente.

 La totalidad del **material biológico y genético existente** en la naturaleza o su réplica, en los **procesos biológicos** implícitos en la reproducción animal, vegetal y humana, incluidos los **procesos genéticos** relativos al material capaz de conducir su propia duplicación **en condiciones normales y libres tal como ocurre en la naturaleza.**

PATENTES



Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones

El problema...



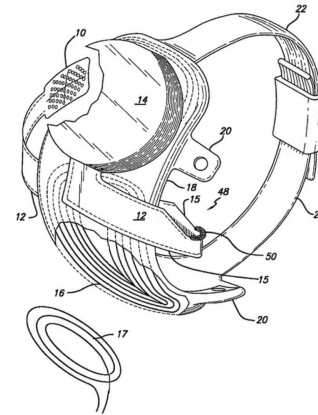
PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



La solución...

Ojo biónico



USPTO

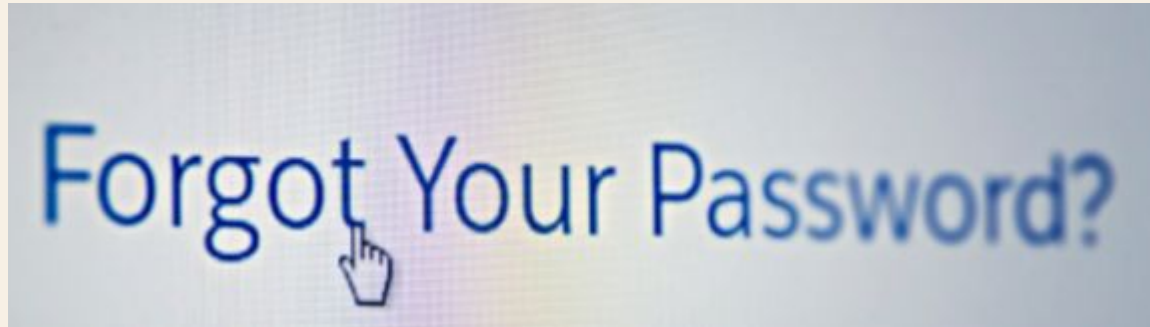
Nombre de la patente: "Prótesis de retina y método de fabricación de una prótesis de retina"

PATENTES



Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones

El problema...

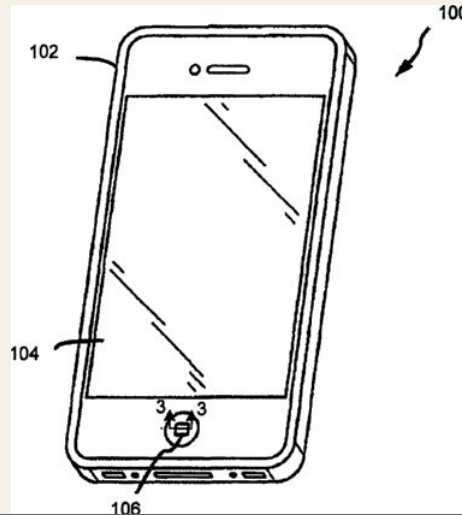


PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



La solución...



102015201429

**UTILIZACIÓN DE UNA IMAGEN
BIOMÉTRICA PARA AUTORIZACIÓN**

DE - 06.08.2015

Clasificación Internacional G06Q 20/40

Nº de solicitud 102015201429 Solicitante
Apple Inc. Inventor/a Syed Farman A., c/o
Apple Inc.

PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



El problema...



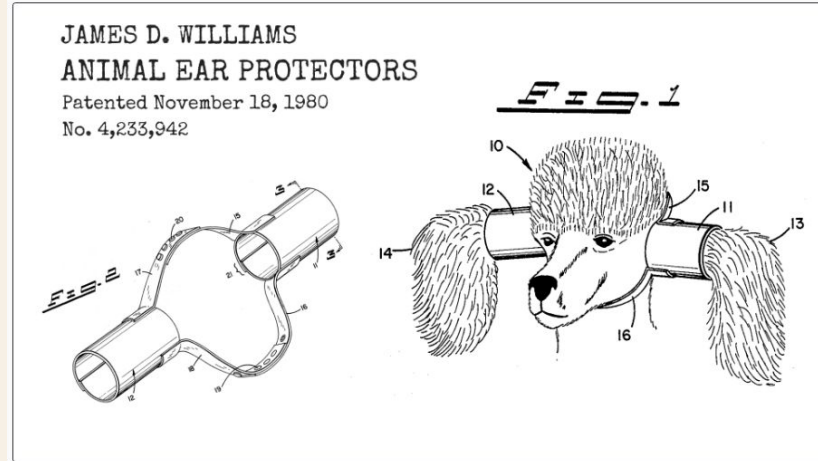
PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



La solución...

Protectores de orejas para animales (1980)



PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



El problema...



PATENTES

Innovaciones que Transforman Problemas en Soluciones



La solución...

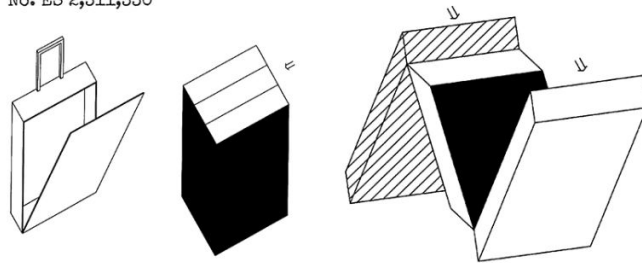
Maleta cama (2009)

MARÍA DOLORES ÁLVAREZ ELIPE

BED SUITCASE

Patented November 19, 2009

No. ES 2,311,330



Patentes de



8. PREPARACION COSMETICA CONTRA EL ACNE.

**Inventor:**

RICHTER DANIEL [DE]
HÜPEDEN JENNIFER
(+4)

Solicitante:

BEIERSDORF
AG [DE]

CPC:

A61K2800/34
A61K2800/84
A61K2800/87
(+17)

IPC:

A61K35/744
A61K8/99
A61P17/10
(+1)

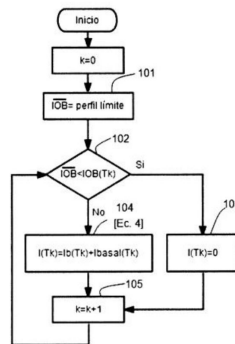
**Información de
publicación:**

MX2020013073 (A)
2021-05-27

Fecha de prioridad:

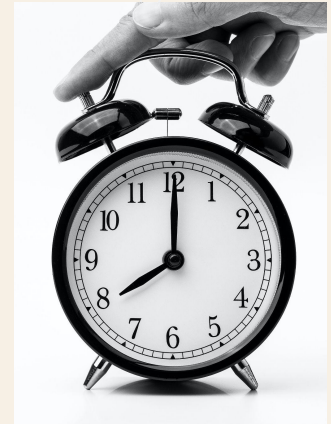
2018-06-14

(54) Título - MÉTODO PARA LA DETERMINACIÓN Y DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE UNA DOSIS DE INSULINA A UN USUARIO



ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- **TERRITORIO:** por país/región
- **DURACIÓN:**
 - **Patentes 20 años -no renovación**
 - Modelos de Utilidad 10 años -no renovación
 - Diseños y Modelos Industriales: 5 años con 2 renovaciones.
 - Marcas: 10 años renovable
- **PRIORIDAD**
- **EXCLUSIVIDAD**
- **REGISTRO**



Modelos de Utilidad



ARTICULO 53. — Toda disposición o forma nueva obtenida o introducida en herramientas, instrumentos de trabajo, utensilios, dispositivos u objetos conocidos que se presten a un trabajo práctico, en cuanto importen una mejor utilización en la función a que estén destinados (...)

- ✓ Invención
- ✓ Forma - objeto
- ✓ Mejor utilización

- 💡 Novedad
- ? Altura Inventiva/Mérito inventivo
- 💡 Aplicación Industrial - Mejora



SOLO PRODUCTOS



Modelos de Utilidad

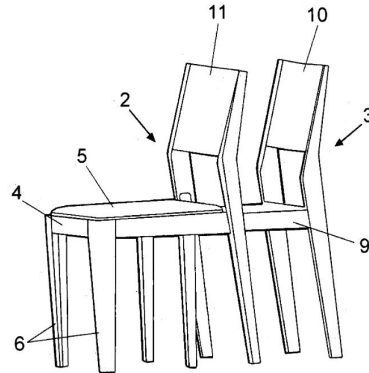
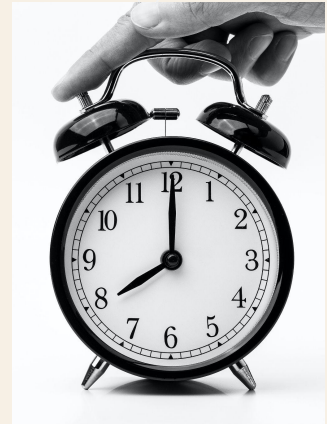


FIG. 3



ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- **TERRITORIO:** por país/región
- **DURACIÓN:**
 - Patentes 20 años -no renovación
 - **Modelos de Utilidad 10 años -no renovación**
 - Diseños y Modelos Industriales: 5 años con 2 renovaciones
 - Marcas: 10 años -renovable
- **PRIORIDAD**
- **EXCLUSIVIDAD**
- **REGISTRO**



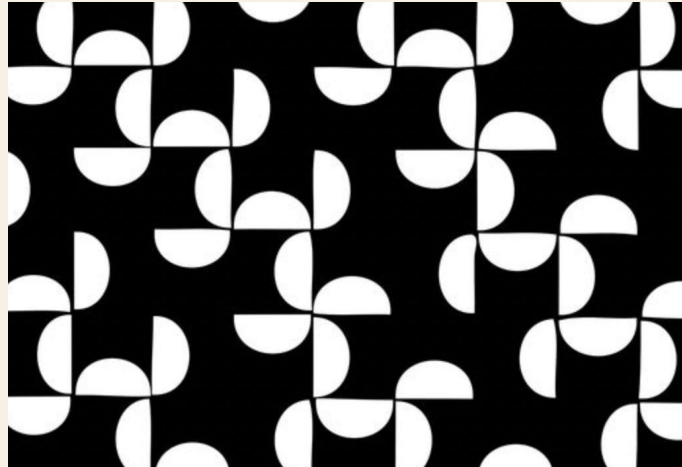
Diseños y Modelos Industriales



**SE CONSIDERA
MODELO O DISEÑO
INDUSTRIAL LAS
FORMAS INCORPORADAS
Y/O EL ASPECTO
APLICADO A UN
PRODUCTO INDUSTRIAL
O ARTESANAL
QUE LE CONFIERA
CARÁCTER
ORNAMENTAL**



Diseños Industriales



INPI señala plagio de diseño Mixe en prendas de marca Anthropologie

Autoridades indígenas exigieron a esta empresa suspender la venta de sus pantalones cortos con este diseño tras presentar una denuncia.



Foto: Anthropologie



Modelos Industriales

TRIDIMENSIONAL



Otros ejemplos

 <p>Figure 1</p>		<p>Naturaleza: AFEITADORA con interfaz de usuario Titulares: KONINKLIJKE PHILIPS ELECTRONICS N.V. 100% Clase internacional: 28 Número: 94053</p>
 <p>Figure 1</p>		<p>Naturaleza: Interface de usuario para afeitadora Titulares: KONINKLIJKE PHILIPS N.C. 100% Clase internacional: 14 Número: 94054</p>



ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- **TERRITORIO:** por país/región
- **DURACIÓN:**
 - Patentes 20 años -no renovación
 - Modelos de Utilidad 10 años -no renovación
 - **Diseños y Modelos Industriales: 5 años con 2 renovaciones**
 - Marcas: 10 años renovable
- **PRIORIDAD**
- **EXCLUSIVIDAD**
- **REGISTRO**



Marcas

Es todo signo con capacidad distintiva que permite a una persona diferenciar determinados productos o servicios respecto de otros.









FIN PRIMARIO: Protege la invención de los titulares marcarios en la formación y consolidación de la clientela. Competencia desleal.

FIN SECUNDARIO: Evitar que el consumidor sea engañado.



Marcas

¿Qué puede registrarse como marca? (Art. 1° L. de Marcas)

-  **Palabras** (con o sin contenido conceptual)
-  **Dibujos, emblemas, monogramas**
-  **Grabados, estampados, sellos**
-  **Imágenes, bandas, colores** en productos o envases
-  **Envoltorios y envases**
-  **Combinaciones de letras y números** (o su diseño especial)
-  **Frases publicitarias y relieves** con capacidad distintiva
-  **Cualquier otro signo con aptitud distintiva**

Marcas



e registrarse como marca? (Art
 is n
 , e is, obtu
 os pados, sellos
 es s, colores
 as
 Envoltorio
 AB Combinaciones de letras y
 es
 qui

Marcas

CAPACIDAD DISTINTIVA

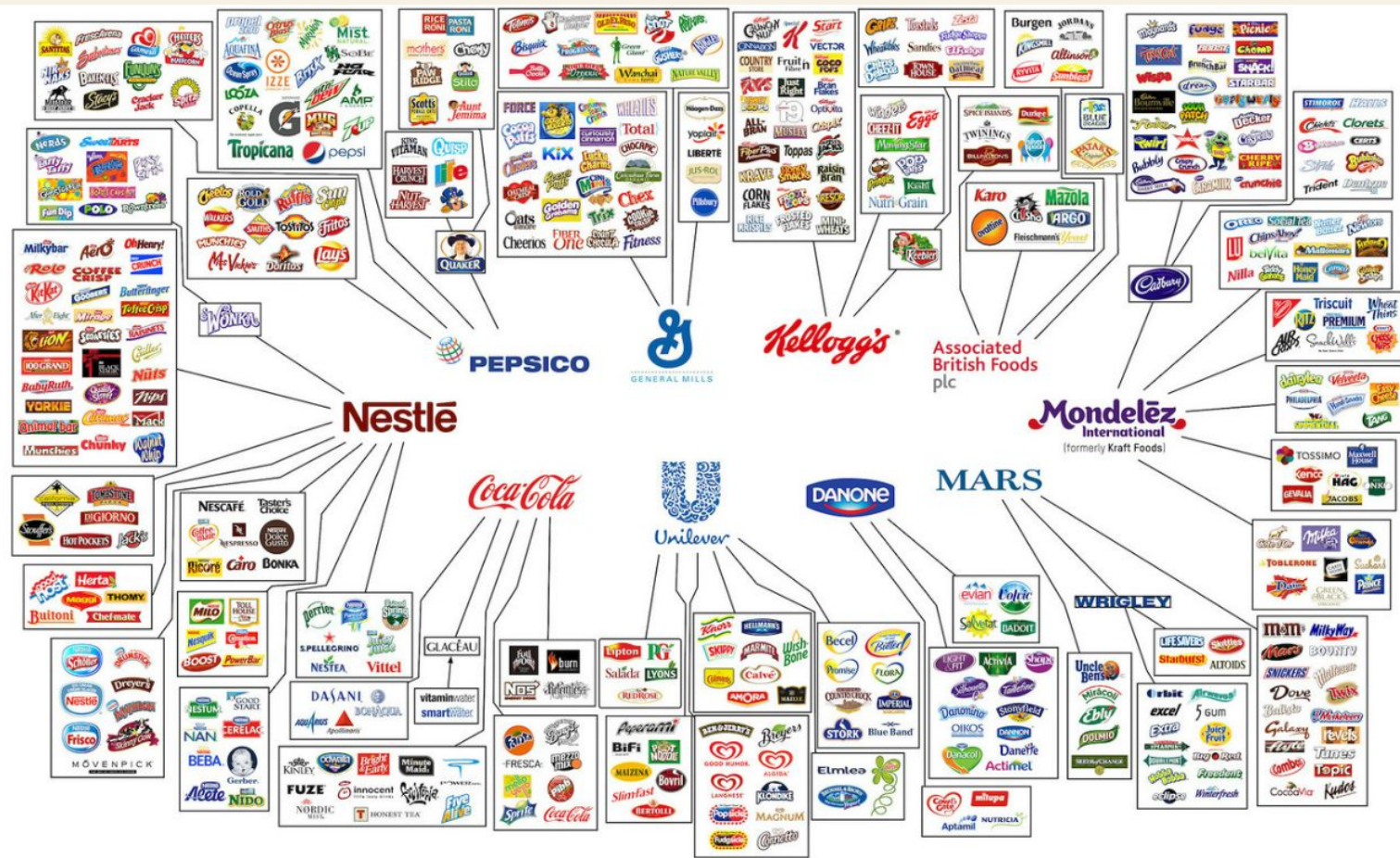
Para el consumidor | Para el titular
Intrínseco | Extrínseco

NOVEDAD (relativa)

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

Licitud y Veracidad - No debe ser contraria a la moral,
el orden público, ni inducir a error o engaño





marcas

DENOMINATIVAS

Fantasía | Arbitrarias | Nombres | Evocativas

FIGURATIVAS

MIXTAS

TRIDIMENSIONALES

DE POSICIÓN

AUDITIVAS & OLFATIVAS

“McDonald’s”




McDonald's





#I'm Lovin' It


marcas


NO SON MARCA, Y POR ENDE NO SON REGISTRABLES...


 **Idénticas o similares** a otras ya registradas (mismos productos/servicios).


 **Denominaciones de origen** (ej. Champagne, Roquefort).


 **Engañosas** → confunden sobre origen, calidad, características.

 **Contrarias a la moral y buenas costumbres.**

 **Emblemas oficiales** (Nación, provincias, municipios, organismos).

 **Símbolos extranjeros u organismos internacionales.**


 **Nombre/retrato/seudónimo** sin consentimiento.


 **Designaciones de actividades o razones sociales** (salvo con capacidad distintiva).

 **Frases publicitarias sin originalidad.**


Marcas

NO PODRÁN SER REGISTRADAS COMO MARCAS...

 **Nombres, palabras o signos** que sean la **designación necesaria o habitual** del producto/servicio, o **descriptivos** de su naturaleza, función o cualidades.

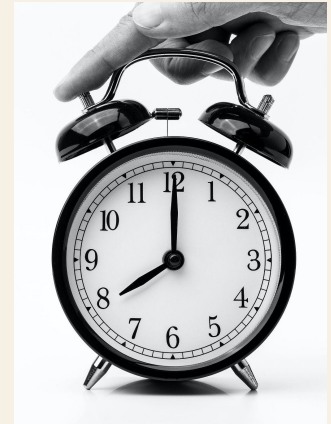
 **Palabras, signos o frases publicitarias** de uso **generalizado** antes de la solicitud.

 **La forma del producto** en sí misma.

 **El color natural** del producto o **un solo color** aplicado sobre él.

ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- **TERRITORIO:** por país/región
- **DURACIÓN:**
 - Patentes 20 años -no renovación
 - Modelos de Utilidad 10 años -no renovación
 - Diseños y Modelos Industriales: 5 años con 2 renovaciones.
 - **Marcas: 10 años renovable**
- **PRIORIDAD**
- **EXCLUSIVIDAD**
- **REGISTRO**





Pero al inicio, antes de cualquier desarrollo o invención, ¿qué protección podemos utilizar?



¿El talento de un empleado? ¿Know-how?

¿La formación de equipos? ¿Capacitaciones?

¿Procesos internos?

SI!

CONTRATOS, CONTRATOS Y MÁS CONTRATOS...

CONFIDENCIALIDAD - Ley N° 24.766 - Art.
992 - Ley de Patentes - Ley de Contrato de
Trabajo

LEALTAD COMERCIAL - Decreto 274/2019



SECRETOS COMERCIALES

Se protege información **confidencial y valiosa** para una empresa.

✨ Características esenciales

💰 **Valor comercial:** Tiene valor económico real o potencial por ser secreto.

😬 **Confidencialidad:** Conocido sólo por personas limitadas y bajo NDA.

🛡️ **Medidas de protección:** Se resguarda con controles físicos (🔒 acceso restringido) y jurídicos (📄 acuerdos de confidencialidad).

🚫 La **adquisición, uso o divulgación no autorizada**, en contra de los usos comerciales honestos, constituye:

👉 Una **práctica desleal**

👉 Una **violación de la protección legal**

ALCANCE DE LA PROTECCIÓN

- TERRITORIO ?
- DURACIÓN ?
- PRIORIDAD ?
- EXCLUSIVIDAD ?
- REGISTRO ?

*IMPORTANCIA DE LA
LEGITIMIDAD...*



¿CUÁL ES SU ACTIVO PRINCIPAL?



DEBATE EN EQUIPO

10 minutos

15 minutos

de puesta en común

Dinámica en grupos:

- 👉 Mapa de activos → ¿Qué elementos de su proyecto podrían transformarse en activos de Propiedad Intelectual?
- 👉 Ecosistema de creación → ¿Quiénes intervienen en la generación de esos activos? (equipo fundador, universidad, proveedores, clientes, partners)
- 👉 Estrategia de protección → Para delinear una estrategia de protección ¿Qué pasos recomendarían? ¿A qué le darían prioridad? ¿Sobre qué invertirán más?



Gracias!



 **Carolina Canitrot**
ELAPI | Dir. de Operaciones ARG
ccanitrot@estudioperezhualde.com



 **Julieta Oelsner**
ELAPI | Miembro
joelsner@estudioperezhualde.com