



MARCAS Y PATENTES - TRADEMARK AND PATENTS

ARGENTINA - GUÍA

REGISTRO DE MARCAS

Derechos de Propiedad Industrial



La Propiedad Industrial

Es una herramienta legal esencial para que las empresas protejan sus activos intangibles, obtengan una ventaja competitiva y construyan un negocio sólido y duradero.



En resumen, la Propiedad Industrial se puede dividir en dos categorías principales

Signos distintivos:

Son elementos que permiten **diferenciar los productos y servicios** de una empresa de los de la competencia. Los más conocidos son las marcas (nombres, logotipos, etc.) y los nombres comerciales.

Creaciones industriales:

Se trata de **invenciones, diseños y modelos** que tienen una aplicación en la industria. Aquí se incluyen las **patentes** (para invenciones técnicas), los **modelos de utilidad** (para mejoras menores en productos ya existentes) y los **modelos y diseños industriales** (para la apariencia estética de un producto).



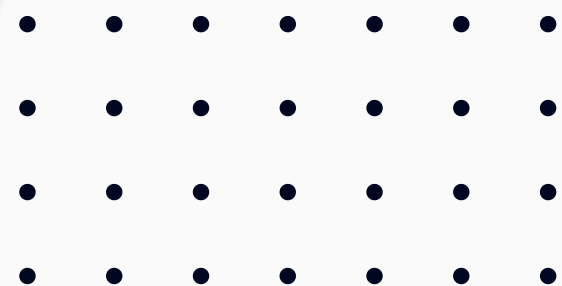
REGISTRO DE MARCAS

Registrar una marca en Argentina es un paso fundamental para cualquier negocio o emprendimiento. Este proceso se realiza a través del **INPI** (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial) y te **otorga derechos exclusivos** sobre tu signo distintivo.

¿Qué es una marca?

Es **cualquier signo (como una palabra, un logo, una imagen o un sonido) que sirve para identificar los productos o servicios** de una empresa y distinguirlos de los de la competencia.

Su **función** principal es ser una herramienta de **diferenciación en el mercado**. Al registrarla, la empresa obtiene el “**derecho exclusivo**” de usarla, lo que le permite construir una reputación, generar confianza en el cliente y evitar que otros se beneficien de su éxito.



Signos distintivos más presentados

World Workers

Denominaciones

Son los registros de marcas, que no llevan consigo ninguna descripción gráfica en su presentación. Su protección únicamente es a los efectos de registrar el nombre de una marca.



Logotipos

Protegen la identidad de la marca en sus formas, colores, estéticas, se le llaman marcas mixtas, por que se mezcla la denominación y una figura.



Figuras

Protege la figura, isotipo de una marca, este tipo de registros protegen el uso de la figura, aplicado a sus productos y/o servicios determinados.

“El sabor del encuentro”

Eslogan comercial

Son frases o conjunto de palabras que son utilizadas para ser asociadas a determinada marca. Es una manera de expandir el su exclusividad en el mercado.

Otros signos distintivos registrables



Tridimensionales

Protegen la forma de un producto o de su envase siempre que esta forma sea lo suficientemente distintiva para que los consumidores la asocien directamente con un origen empresarial específico.



posición

Protegen la manera específica en que un signo (como un logo, un color o una figura) se coloca o se adhiere en un producto.



sonoras

Las marcas sonoras son un tipo de marca no tradicional que protege un sonido o una melodía específica que identifica un producto o servicio y lo distingue de la competencia.



Táctil

Son un tipo de marca no convencional que protegen la textura o el material de la superficie de un producto o de su envase, siempre que dicha textura sea lo suficientemente distintiva como para que el consumidor la asocie directamente con una empresa.

LAS MARCAS EN LOS ENVASES

01. Marca

Se aprecia el nombre de la marca **CATINI**

02. Tipografías de textos

Las palabras y textos en el envase tiene una variedad de estilos de textos



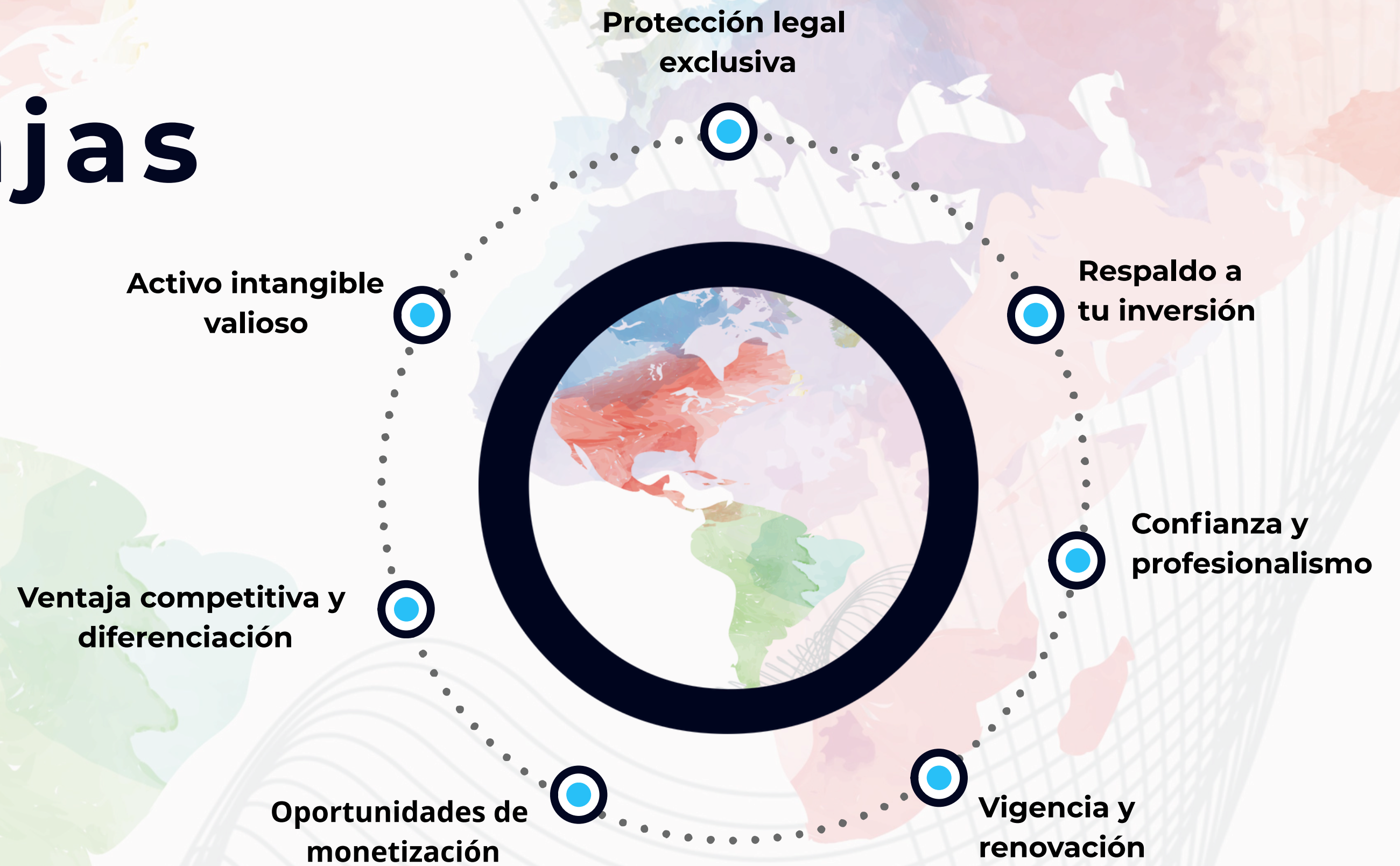
03. Color

El color es importante proteger para determinados productos, ya que son parte de la identidad y distintividad de una marca en el mercado.

04. Imágenes

Las imágenes ilustrativos aplicados a los packaging, deber ser creadas por el fabricante a fin de evitar conflictos con los derechos de autor.

Ventajas



Ventajas y beneficios

El **registro de una marca** es una **inversión estratégica** que ofrece múltiples beneficios y ventajas competitivas:

Protección Legal exclusiva:

Te otorga el derecho de usar tu marca en todo el territorio argentino, impidiendo que terceros la utilicen sin tu autorización en la misma clase de productos o servicios. Esto te permite iniciar acciones legales contra infractores.

Activo Intangible Valioso: Tu marca se convierte en un activo intangible de alto valor para tu empresa, lo que puede aumentar su valor de mercado en caso de ventas, fusiones o adquisiciones. Es un elemento clave en la contabilidad y puede servir como garantía para financiamientos.

Respaldo a tu Inversión: Protege la inversión significativa realizada en publicidad, marketing, diseño y desarrollo de productos o servicios asociados a tu marca.

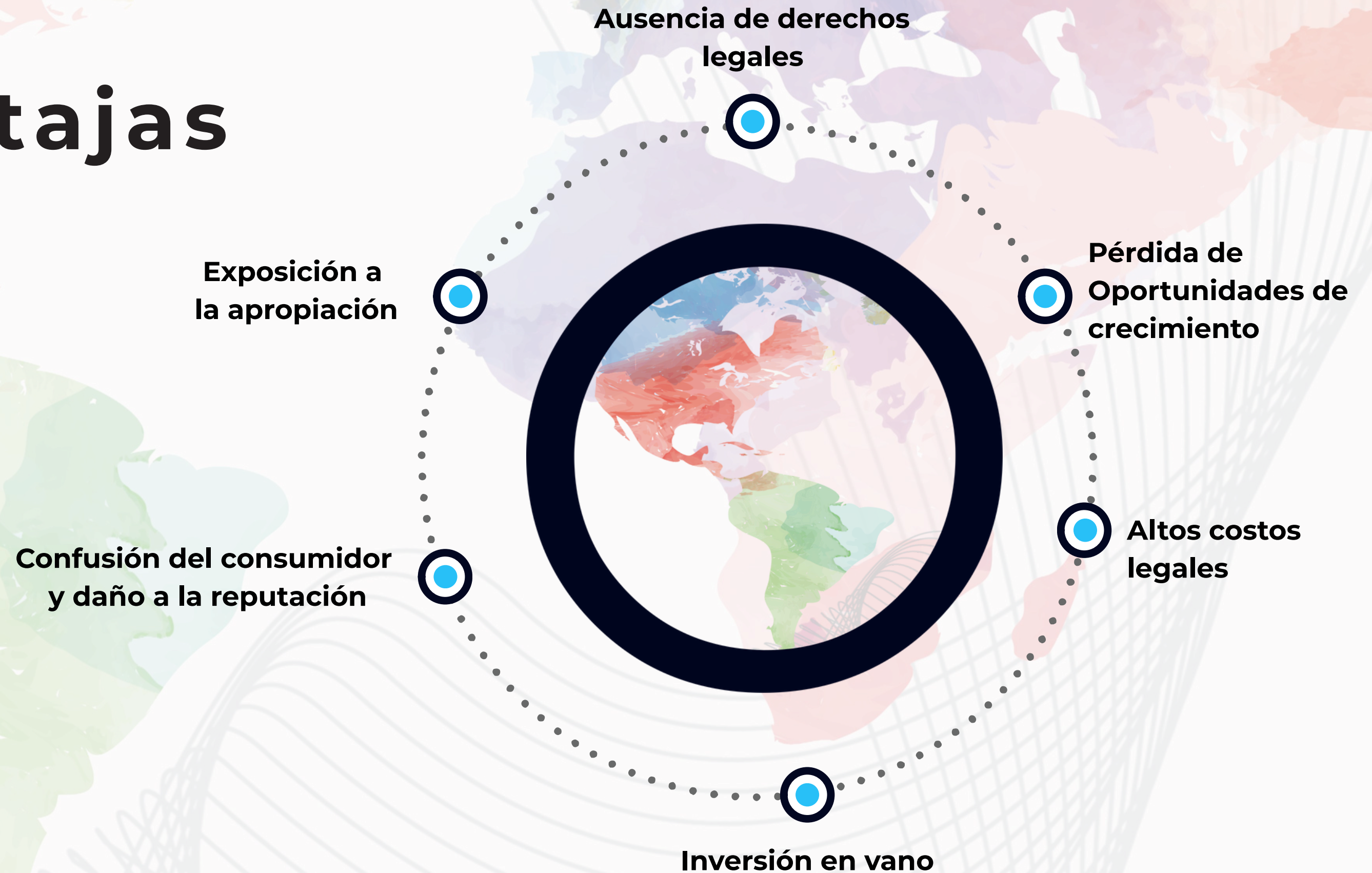
Ventaja Competitiva y Diferenciación: Al garantizar la exclusividad, tu marca se diferencia claramente de la competencia, fortaleciendo tu posición en el mercado y facilitando el reconocimiento por parte de los consumidores.

Confianza y Profesionalismo: Una marca registrada transmite seriedad y credibilidad a tus clientes, inversores y socios potenciales, lo cual puede influir positivamente en las decisiones de compra y colaboración.

Oportunidades de Monetización: Puedes licenciar, franquiciar o vender tu marca a terceros, generando ingresos adicionales y permitiendo la expansión de tu negocio sin necesidad de operar directamente en todos los lugares.

Vigencia y Renovación: El registro te otorga derechos por un periodo inicial de 10 años, contados desde la fecha de concesión. Este derecho es renovable por periodos iguales e indefinidos.

Desventajas



Desventajas de NO Registrar tu marca

No registrar tu marca conlleva **riesgos significativos** que pueden afectar gravemente tu negocio.

Ausencia de Derechos Legales: Al no estar registrada, no tienes ningún derecho legal sobre tu marca. Esto significa que no puedes impedir que terceros la utilicen, imiten o se apropien de ella.

Exposición a la Apropiación: Corres el riesgo de que otro empresario registre tu marca (o una similar) antes que tú, incluso si ya la estás usando en el mercado. En Perú, el registro es constitutivo de derechos, lo que significa que quien registra primero, tiene el derecho.

Confusión del Consumidor y Daño a la Reputación: Si un tercero utiliza tu marca, puede generar confusión entre tus clientes, diluyendo la identidad de tu negocio y devaluando la reputación o calidad que has construido.

Pérdida de Oportunidades de Crecimiento: Sin un registro, es más difícil expandir tu negocio a nuevos mercados, acceder a plataformas de venta o licenciar/franquiciar tu modelo, ya que careces de la protección legal necesaria.

Altos Costos Legales: Resolver disputas por el uso de tu marca sin un registro puede ser extremadamente costoso y llevar mucho tiempo en procesos legales, además del daño irreparable a tu reputación.

Inversión en vano: Todo el esfuerzo y dinero invertido en el diseño de tu marca, marketing y posicionamiento podría perderse si un tercero la registra y te impide usarla.

Proceso Registro de Marca ante INPI

01 Búsqueda de antecedentes

Aunque no es obligatorio, es crucial realizar una búsqueda para verificar si existen marcas idénticas o similares que puedan impedir el registro de la tuya. Clasificación Niza: Las marcas se registran por clases (actualmente 45 clases: 34 de productos y 11 de servicios). Debes identificar la clase correcta para tus productos o servicios.

02 Preparar expediente y pago de tasas oficiales

Documentos: Necesitarás el formulario de solicitud llenado y firmado (dos copias), copia de tu DNI o CUIT (si es persona jurídica) y, si eres representante, una carta poder simple. La presentación puede ser presencial o virtual.

03 Exámen de forma y periodo de oposiciones

INPI realiza un examen formal de la solicitud. Si cumple los requisitos, se publica automáticamente y de forma gratuita en el boletín nacional de marcas de manera electrónica. Durante los 30 días siguientes a la publicación, cualquier persona o empresa que considere que tu marca afecta sus derechos puede presentar una oposición al registro. Si hay oposición, se te notificará para que presentes tus descargos.

04 Exámen de fondo y concesión de marca

Una vez superado el periodo de publicación (con o sin oposición), INPI realizará un examen de fondo, para verificar que la marca no incurra en prohibiciones absolutas de la Ley de marcas o relativas de registro. Finalmente, recibirás la resolución en el correo electrónico indicado.



Prioridad Internacional

La **prioridad internacional** para el **registro de marcas** es un derecho que permite a una empresa que ha solicitado el registro de una marca en un país miembro del Convenio de París, tener un período de tiempo (**generalmente seis meses**) para solicitar la misma marca en otros países miembros, **manteniendo la fecha de presentación de la primera solicitud.**

En términos más sencillos, **si presentas una solicitud de marca en tu país el 1 de enero**, tienes hasta el **1 de julio para presentar la misma solicitud en cualquier otro país miembro** y, si lo haces, se considerará que la fecha de presentación en esos países es también el 1 de enero. Esto te protege de que terceros intenten registrar la misma marca en esos países durante ese período.

Este derecho es fundamental **para las empresas que planean expandirse globalmente**, ya que les da tiempo para planificar su estrategia de registro de marca internacional sin perder la fecha de prioridad de su primera solicitud.

Fecha de presentación
de solicitud de marca



6 meses para presentar
solicitud en los países
de interés





RECOMENDACIONES

No salir al mercado sin presentar la solicitud de tu marca

Muchos dejan para después el registro de su marca, enfocando el gasto inicial en invertir en mercaderías, maquinarias e insumos promocionales, por lo que toda esta inversión puede ser perdido al haber un antecedente previo de una marca igual o similar para la venta del mismo producto y/o servicio en el mercado.

Si vas a trabajar en mercados internacionales, es recomendable también proteger la marca en cada país de interés.

Registrar el dominio web asociado al nombre de tu marca

El registro de un dominio web no es un requisito, pero es recomendable resguardarlo para que sea asociado a tu marca registrada.

Tener en cuenta que la URL de una red social con el nombre de la marca, no ayuda a su exclusividad y puede desaparecer en cualquier momento, por lo que todo el material publicado puede perderse. La web de una marca, brinda al posible cliente, la seriedad y responsabilidad de la empresa en el mercado.



**Agenda una entrevista
info@worldworkers.com.ar**

BUENOS AIRES | ARGENTINA

WWW.WORLDWORKERS.COM.AR