

Protección de los derechos de PI en China. Estrategia.



Ramón Moreda Álvarez.
Abogado Marca Internacional

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

1 Los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI)

2 Estrategia: Introducción

3 Estrategia: la base del éxito

4 Problemas: Trademark Squatters

5 Recomendaciones y Conclusiones

Ayudamos a nuestros clientes a **definir e implementar una cultura de Propiedad Industrial e Intelectual (PII)** en sus empresas e **impulsar el valor de sus activos intangibles** en el mercado.

1 Los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI)

	Derecho legal	¿Qué protege?	¿Cómo se consigue?
	Patentes y Modelos Utilidad	Nuevas invenciones	Registro
	Diseños Industriales	La forma o apariencia externa	Registro (con excepciones)
	Marcas	Identificación distintiva de productos o servicios	Registro
	Obras	Creaciones artísticas, literarias y científicas	Los derechos surge con la creación
	Secretos Industriales o comerciales	Información valiosa no conocida por el público	Medidas para mantenerlo en secreto

Los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación.

Carácter territorial de los DPI.

- China se ha convertido en uno de los mayores receptores de patentes y marcas, así como está a la cabeza mundial del número de solicitudes.
- Una marca puede ser cualquier palabra, frase, símbolo, diseño, combinación de colores, conjunto o combinación de letras o números, utilizados por una empresa para distinguir e identificar sus productos o servicios en el mercado.
- Objetivo principal: evitar que los consumidores y usuarios se confundan respecto del origen empresarial.
- El registro es requisito indispensable para acceder al comercio, a la distribución o servicio de aduanas.
- La toma de decisiones tempranas antes de cualquier promoción: registrar antes de iniciar cualquier acción.
- First to file: primero en registrar.

- China posee un sistema de clasificación propio, basado en subclases.
- Línea de actuación: informes previos.
- ¿Qué registrar?
 - .- Marca clásica.
 - .- Marca en caracteres chinos: traducción fonética (sonido).
 - .- Marca en caracteres chinos: traducción conceptual (significado).
 - .- Marca no relacionada.
 - .- Marca clásica + Marca china
- Importancia del lenguaje chino y sus significados.



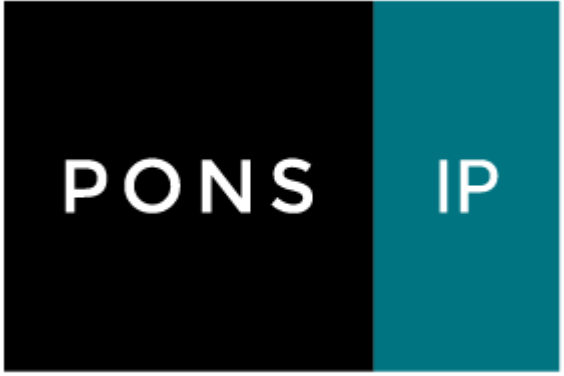
ŠKODA
斯柯达



La estrategia inicial y la toma de decisiones previa a todos los niveles podrá evitar muchos de los futuros problemas.
Proteger el valor del negocio.



- Importancia trámites previos.
- Selección de distribuidores y socios comerciales.
- Firma de acuerdos de confidencialidad
- Protección de la marca y sus opciones: logotipo y clases.
- First to file.
- Medidas contra falsificación.
- Aduanas: Vigilancia de productos por marca.
- Territorios independientes: Hong Kong / Taiwán / Macao.



✉ ramon.moreda@ponsip.com

☎ +34 91 700 76 00



WWW.PONSIP.COM

