

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

Julián Bazán
Director Regional Levante.



©Clarke, Modet & C^o 2009

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

*CONSULTORÍA EN
PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL
CLARKE, MODET & C^o*



130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & Cº
FUNDADA EN 1879



Clarke, Modet & Cº es la única Agencia española de Propiedad Industrial e Intelectual con más de 130 años de actividad ininterrumpida y con presencia directa en países iberoamericanos desde hace más de 40 años.

La red de oficinas en España se encuentra establecida en: Madrid, Alicante, Barcelona, Bilbao, Málaga, Murcia, Santiago de Compostela, Sevilla, Valencia, Vigo y Vitoria,

además de agentes en exclusiva en Elche, Oviedo, Santa Cruz de Tenerife y Zaragoza.

La presencia internacional se centra en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Portugal, Perú y Venezuela, contando además en los Estados Unidos con una oficina comercial.

La experiencia adquirida por Clarke, Modet & Cº se extiende a un amplio número de materias en todo el mundo, prestando asesoramiento y gestionando todas las modalidades de la Propiedad Industrial e Intelectual.

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & Cº
FUNDADA EN 1879



El Grupo Clarke cuenta hoy con una plantilla de más de 400 profesionales (abogados, ingenieros, químicos, físicos, biólogos, economistas, etc.) los cuales poseen una gran experiencia y conocimiento del mundo de la Propiedad Industrial, avalada por su formación universitaria y de postgrado en la materia.

Disponemos de una nutrida plantilla de traductores internos que, permite ofrecer nuestros servicios en numerosos idiomas entre ellos español, portugués, inglés, francés y alemán.



La decidida apuesta del Grupo Clarke Modet & Cº por la calidad vienen avaladas por la consecución de la Certificación ISO 9001-2000 para todos sus Servicios, siendo la única Agencia española de Propiedad Industrial e Intelectual que posee dicha distinción.



La experiencia adquirida por Clarke, Modet & C^o se extiende a un amplio número de materias en todo el mundo, prestando asesoramiento y gestionando todas las modalidades de la Propiedad Industrial e Intelectual, es decir:

Patentes
Modelos de Utilidad
Diseños Industriales
Transferencias de Tecnología
Certificados Complementarios de Protección
Topografías de Semiconductores
Marcas Nacionales e Internacionales

Marcas Comunitarias
Nombres Comerciales
Investigaciones y Consultas Registrales
Servicio Mundial de vigilancia de Marcas
Servicio de información de solicitudes de terceros
Variedades Vegetales

Denominaciones de Origen
Propiedad Intelectual o Derechos de Autor
Asesoramiento sobre Competencia Desleal y Publicidad ilícita
Gestiones en el Registro Mercantil
Protección de microorganismos
Nombres de dominio en Internet
Valoración de Propiedad Industrial e Intelectual

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

Julián Bazán
Director Regional Levante.



©Clarke, Modet & C^o 2009

- **La propiedad industrial es el derecho que adquiere un inventor (creador) sobre una invención (o creación) en el momento de registrarla**



- Recae sobre bienes de naturaleza inmateral
- Es un patrimonio (puede cederse, licenciarse, transmitirse, heredarse...)
- Tiene duración limitada
- Tiene limitación territorial (sólo donde se solicita y concede)
- Concede exclusividad

- **Creaciones de forma:** Buscan un efecto estético. **Diseño industrial.**
 - Protege la apariencia externa de un producto (líneas, contornos, colores, forma, textura, ornamentación).
 - Duración 25 años
- Diseño Nacional. Ley 20/2003.
- Diseño Comunitario. Reglamento (CE) 6/2002 del Consejo sobre Dibujos y Modelos Comunitarios.
- Diseño Internacional. Arreglo de La Haya, Acta 1999 .

- **Signos distintivos:** Buscan identificarse en el mercado, distinguiendo productos y servicios.

Marcas

- Marca nacional (OEPM)
- Marca Comunitaria (OAMI Alicante)
- Marca Internacional (OMPI Ginebra)

- **Creaciones técnicas:** Buscan conseguir un resultado técnico.
 - **Patentes de invención**
 - **Modelos de utilidad**

Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL

EL DISEÑO INDUSTRIAL

- Se basa en el aspecto ornamental y estético.
- No es funcional , por tanto, no se protege ningún rasgo técnico del artículo.
- Hace que el producto sea atractivo y atrayente.
- Aumenta el valor comercial del producto.



SE APLICA A UNA AMPLIA VARIEDAD DE PRODUCTOS

Industriales:

- Electrodomésticos
- Aparatos eléctricos
- Estructuras arquitectónicas



Artesanales:

- Estampados textiles
- Joyas
- Artículos de lujo
- Bienes recreativos



LOS RASGOS DEL DISEÑO INDUSTRIAL PUEDEN SER

Tridimensionales

- Forma
- Superficie



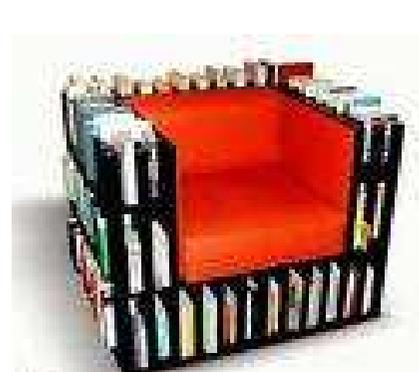
Bidimensionales

- Dibujo
- Líneas
- Color



¿Porqué deben protegerse los diseños industriales?

- Fomentan la creatividad.
- Promueven productos estéticamente más atractivos.
- Contribuyen al desarrollo económico.
- Son accesibles para las PYMES por su elaboración y protección poco costosa.
- Evitan la **copia no autorizada y la imitación del diseño.**



¿QUIEN PUEDE REGISTRAR EL DISEÑO?

La Legitimación para solicitar la protección del diseño industrial la tendrá:

- Persona o entidad que ha encargado el modelo:
 - Autor
 - Empresa

- El derecho de registro corresponderá a la persona que hubiera encargado el diseño (salvo pacto en contrario).

DERECHOS ADQUIRIDOS POR EL TITULAR DEL DISEÑO

- Derecho exclusivo de utilización, prohibiendo la (fabricación, oferta, comercialización, importación y exportación) del diseño sin su consentimiento.
- Dicha prohibición no se extiende a los actos realizados en el ámbito privado, con fines ilustrativos o docentes.
- El titular podrá iniciar cuantas acciones legales sean procedentes para obtener la compensación de daños y perjuicios del uso no autorizado, tanto por:
 - Vía civil
 - Vía penal



VENTAJAS PARA EL TITULAR DEL DISEÑO

- 1.-Goza del derecho exclusivo contra:
 - la copia no autorizada.
 - la imitación del diseño por terceros.

- 2.- Promociona:
 - la competencia leal.
 - las prácticas comerciales honestas.

- 3.-Los diseños pueden ser objeto de negocios jurídicos. Pudiendo ser transmitidos, dados en garantía, derecho real, licencias ...

- 4.-Dichos actos deben constar por escrito y ser inscritos en el Registro de Diseños.

- 5.-Esto contribuye a que el titular recobre su inversión.

REQUISITOS DE LA PROTECCIÓN DEL DISEÑO

- **NUEVO:** no se tenga conocimiento de la existencia de un dibujo o modelo idéntico o muy similar.
- **ORIGINAL:** no sea copia ni imitación, debe ser la creación independiente de un diseñador.
- **VISIBLE:** a la vista durante el uso normal del producto por el usuario.

Novedad

- **Singularidad de la forma y apariencia especial**

No lo será cuando sus características difieran tan sólo en detalles irrelevantes.

Deberán producir en el usuario informado una impresión de conjunto diferente a la de los demás diseños y que no hayan podido llegar a ser conocidos en el curso normal de los negocios y círculos especializados en el sector de que se trate.

- **Aspectos no técnicos ni funcionales**

• Los Diseños Industriales se ciñen exclusivamente al aspecto visible de un producto, dejando de lado las características técnicas o funcionales del mismo.



Diseño registrado:

- Protección: Mediante presentación de solicitud de inscripción ante la OEPM, OAMI y OMPI.
- Duración: 5 años desde la fecha de solicitud, renovable por periodos de 5 años hasta un máximo de 25 años.
- Facultades: Derecho exclusivo a usar el diseño en el tráfico económico y prohibir su utilización

• *Diseño no registrado:*

Se reconoce una protección limitada a los diseños no registrados.

Modalidad útil para aquellos sectores en los que la vigencia del diseño no se extiende en el tiempo.

- Protección: Problemas de prueba.
- Duración: 3 años desde la fecha en que el diseño se haya hecho público en el tráfico comercial.
- Facultades: Derecho a impedir el uso comercial del diseño a terceros si dicho uso resultase una copia.

Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

MARCAS:

Protección y Gestión EFICAZ



SIGNOS DISTINTIVOS (I)

MODALIDADES REGISTRALES:

- **MARCAS**

- **NOMBRES COMERCIALES**

NOMBRES COMERCIALES

CONCEPTO:

“Todo signo susceptible de representación gráfica que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares”

(ART. 87 LEY 17/2001 DE 7 DE DICIEMBRE)

MARCAS (I)

DEFINICIÓN LEGAL

“Se entiende por *marca* todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras”

(Art. 4.1 LEY 17/01, DE 7 DE DICIEMBRE DE 2001)

MARCAS (II)

FUNCIONES DE LA MARCA

- ***Dualidad de intereses: empresarios y consumidores***
- ***Función indicadora del origen empresarial***
- ***Función indicadora de la calidad***
- ***Función condensadora del “goodwill” (buen nombre, plusvalía)***

MARCAS (III)

TIPOS.- SEGÚN LA NATURALEZA DEL SIGNO:

- DENOMINATIVAS:

- CASA PEPE

- GRÁFICAS:



- MIXTAS:



- TRIDIMENSIONALES:



- SONORAS:



• *MARCAS (IV)*

CLASES.- SEGÚN LA ESPECIALIDAD DE LA MARCA:

• *Clasificación de Niza*

• **DE PRODUCTOS:**



• **DE SERVICIOS:**



MARCAS (V)

CLASES.- SEGÚN LA FORMA DE TITULARIDAD:

- INDIVIDUALES:



- COLECTIVAS:

a) COLECTIVAS PROPIAMENTE DICHAS:



b) DE GARANTÍA:



MARCAS (VII)

CLASES.- SEGÚN EL GRADO DE DIFUSIÓN EN EL MERCADO:

- **NOTORIAS:**



- **RENOMBRADAS:**



CREACIÓN DE LA MARCA

NUEVO SIGNO DISTINTIVO

1) ADOPCIÓN NOMBRE

2) INVESTIGACIONES

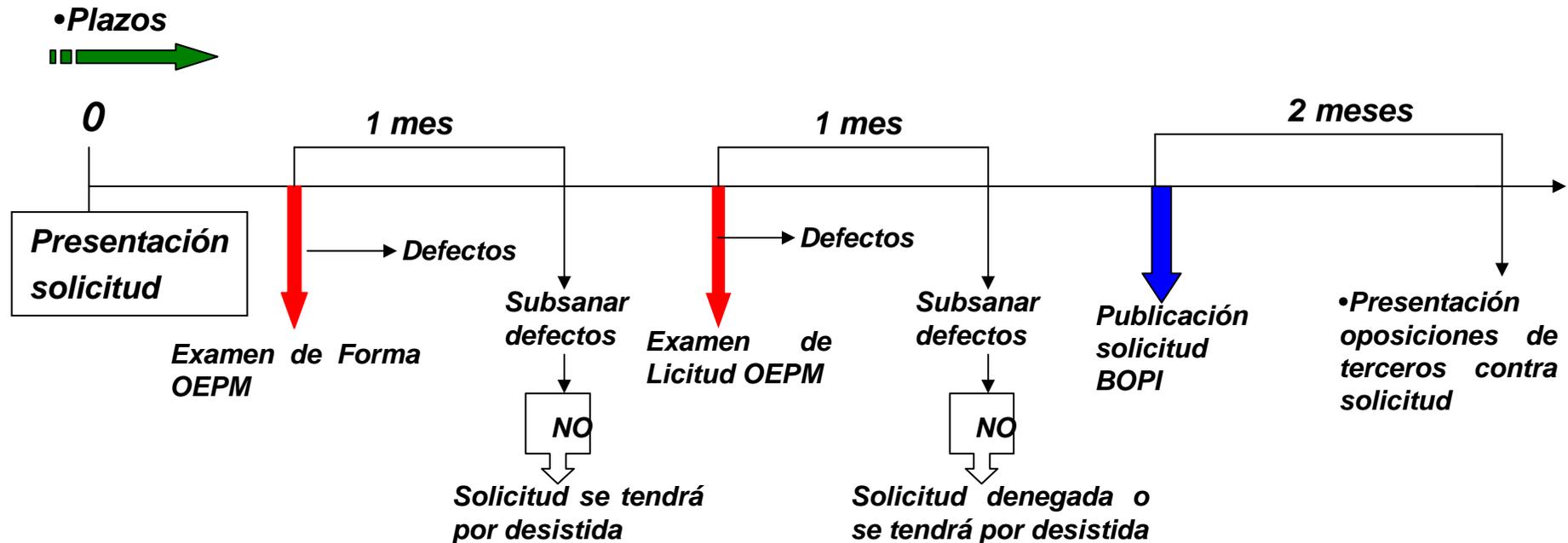


- Viabilidad
- Idoneidad
- Disponibilidad
- Registrabilidad

3) DISEÑO



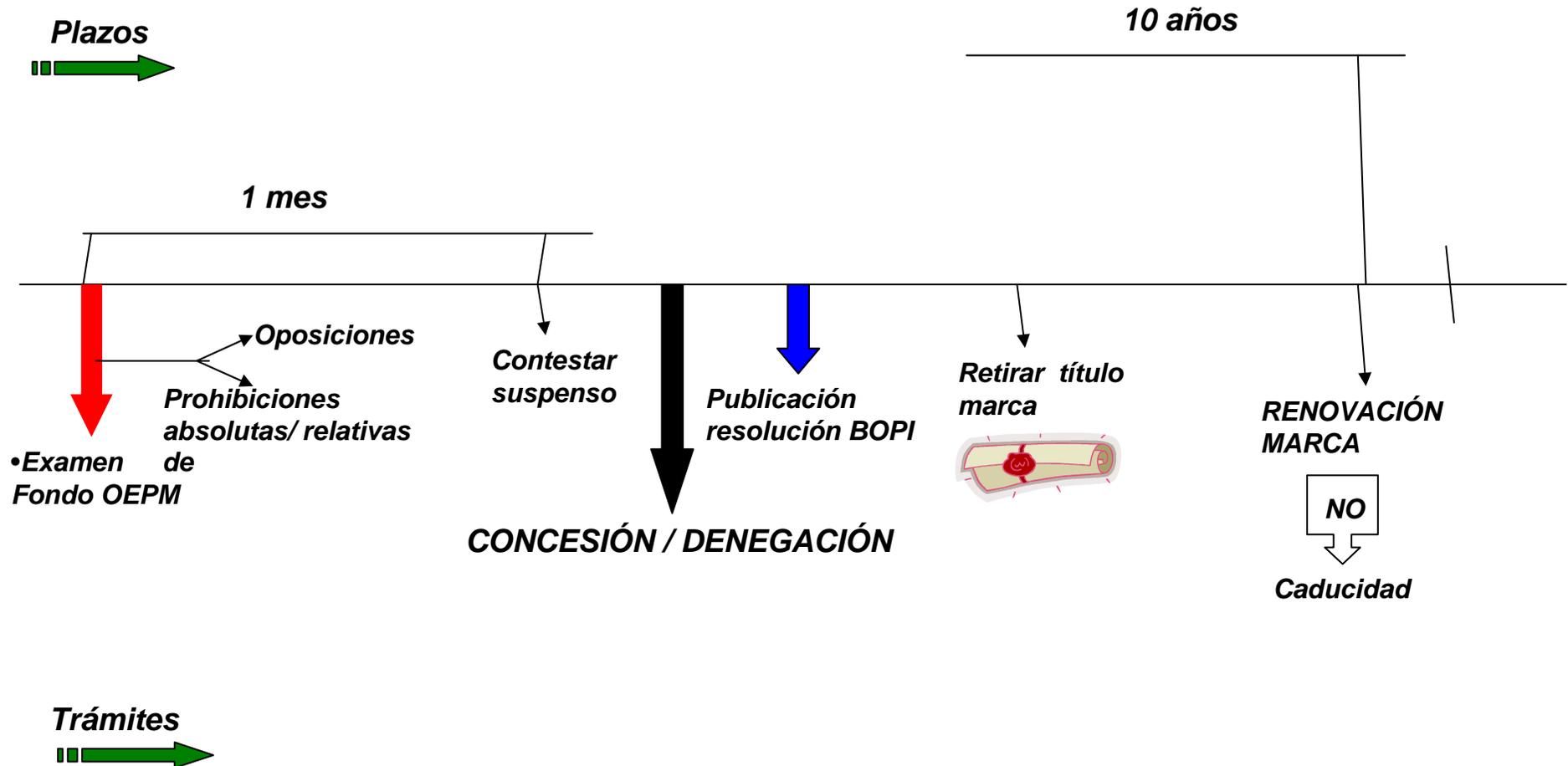
PROCEDIMIENTO REGISTRO MARCA EN ESPAÑA (I)



Trámites



PROCEDIMIENTO (II)



MARCAS: RECOMENDACIONES

- *Efectuar las investigaciones preliminares adecuadas.*
- *Proceder a efectuar la solicitud o solicitudes de registro lo antes posible y de acuerdo al plan de negocio.*
- *Incorporar la gestión de las marcas a los procesos de calidad, en su caso, coordinando a los Departamentos implicados (Producción, Marketing, Comercial, Jurídico)*
- *Revisión periódica y actualización de la cartera (Anual).*
- *Usar las marcas y usarlas correctamente (Auditorías de uso)*
- *Revisar la presencia de los derechos de Propiedad Industrial en los contratos*

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

Marca Comunitaria

MARCA COMUNITARIA

Desde el 1 de enero de 1993, la libertad de circulación de mercancías, personas, servicios y capitales en el seno de la Unión ha aportado una dimensión europea a la estrategia de marcas de un número creciente de empresas.

La Marca Comunitaria.- VENTAJAS

(MC)

Protección uniforme en todos los países de la Unión Europea

Procedimiento de registro único



MARCA COMUNITARIA II

PAÍSES QUE CONFORMAN LA UNIÓN EUROPEA:

ALEMANIA, AUSTRIA, BELGICA, Rep. CHECA, CHIPRE, DINAMARCA, ESLOVENIA, ESLOVAQUIA, ESPAÑA, ESTONIA, FINLANDIA, FRANCIA, GRECIA, HUNGRÍA, IRLANDA, ITALIA, LETONIA, LITUANIA, LUXEMBURGO, MALTA, PAISES BAJOS, POLONIA, PORTUGAL, REINO UNIDO, SUECIA, BULGARIA, RUMANIA.



MARCA COMUNITARIA III

PECULIARIDADES

- **Duración: 10 años, renovables de forma indefinida.** 
- **Uso de la MC en un solo país habilita el mismo en todos los estados miembros.**
- **La marca sólo puede ser registrada, transferida o cesar en sus efectos para todo el conjunto de la Unión.**
- **En el momento de solicitar una marca comunitaria, podemos hacer valer nuestros derechos prioritarios en el país de origen:**
 - **Prioridad**
 - **Antigüedad**
- **Armonización de las legislaciones. Reglamento de la MC 40/94.**

¿Qué signos se pueden registrar como MC?

• **Todo signo susceptible de representación gráfica, que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los productos o servicios de otras empresas.**

El signo o medio que se adopte como marca puede ser:		
Denominativo		Un vocablo
Figurativo		Un dibujo
Marca de color		Color "per se"
Tridimensional		Un envase (por ej.)
Marca sonora		Un sonido o melodía
Marca olfativa		Un olor

Cuáles son los idiomas de la OAMI?

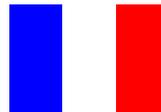
- ***La solicitud de marca comunitaria puede ser presentada en cualquiera de las lenguas oficiales de la Unión Europea. Si bien, en el momento del depósito de la solicitud, el solicitante deberá indicar un segundo idioma entre los cinco oficiales de la OAMI.***



• ***Español***



Alemán



Francés



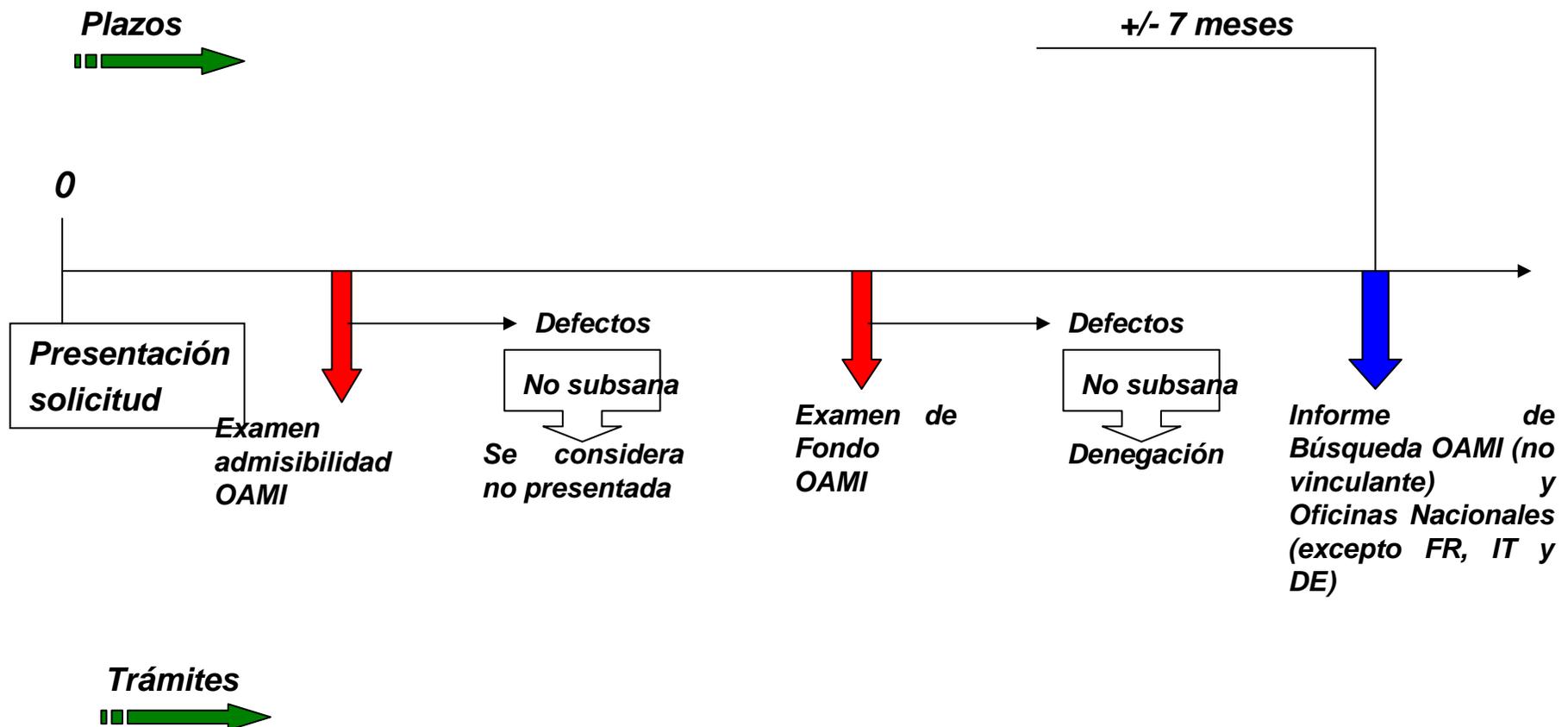
Inglés



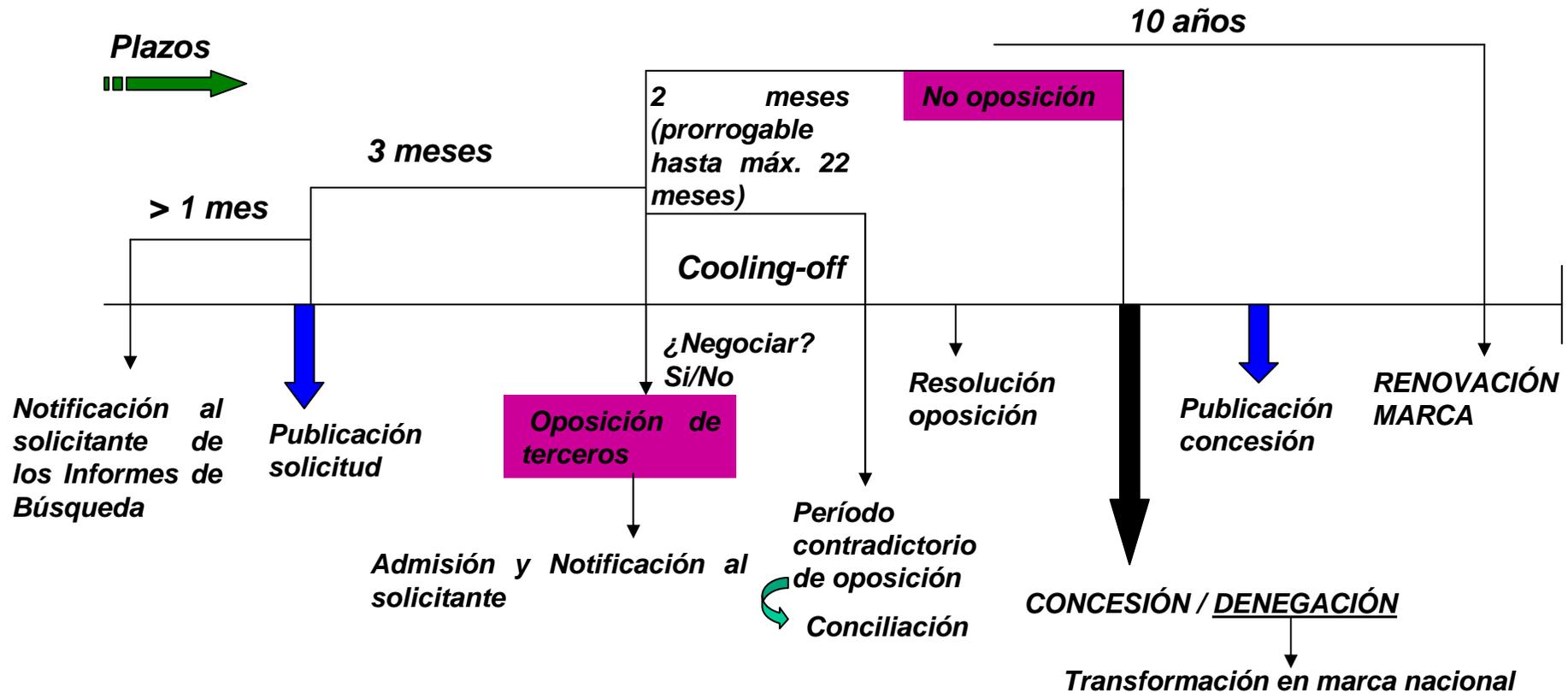
Italiano

- ***Idioma de procedimiento en caso de oposición, caducidad o nulidad si el idioma de presentación de la solicitud es:***
 - a) cualquiera de las lenguas oficiales de la U.E.***
 - b) uno de los cinco idiomas de la OAMI.***
- ***Todas las traducciones necesarias corren a cargo de la OAMI.***

• Procedimiento de Registro (I)



Procedimiento de Registro (II)



• ***Perspectiva de la ampliación***

- ***La ampliación de la Unión Europea a nuevos Estados miembros tiene como resultado una unión de 27 Estados miembros. Así, se prevé la extensión automática de todas las solicitudes y registros de marcas comunitarias, al mismo tiempo que limita la posibilidad de que sean atacadas por motivos que obedezcan únicamente a la adhesión.***
- ***La marca comunitaria, por lo tanto, no es sólo la puerta de entrada al mercado único existente, sino también a un mercado en proceso de expansión.***



130
ANIVERSARIO
1879-2009

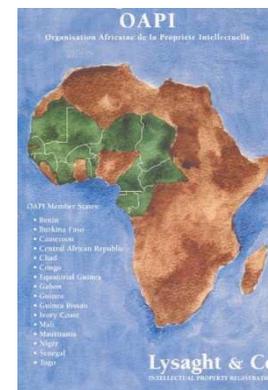
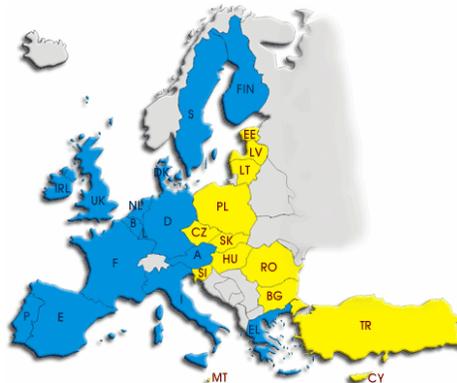


Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

Marca internacional

INTRODUCCION

- ***Desde el Convenio de la Unión de Paris (1883) hasta nuestros días, han sido numerosos los Tratados y Acuerdos Internacionales que se han aprobado en materia de Propiedad Industrial.***
- ***El artículo 19 del citado Convenio, ya prevé que los Países de la Unión, puedan celebrar de forma separada acuerdos para la Protección de la propiedad industrial.***



SISTEMA INTERNACIONAL DE PROTECCIÓN DE MARCAS

El Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas, establecido en 1891, se rige en virtud del:

- *1.- Arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas*
- *2.- Protocolo del Arreglo de Madrid.*





ARREGLO DE MADRID (I)

- ***El Arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas, entró en vigor el 13 de julio de 1892.***
- ***España y Portugal fueron los dos países que primero se adhirieron a este Acuerdo.***
- ***El Arreglo de Madrid permite proteger una marca en varios países a través de una única solicitud de registro.***
- ***Una vez presentada la marca ante la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), ésta se lo comunica a los Estados miembros designados en la solicitud. Estos tiene un plazo de 12 meses para aceptar o rechazar la marca.***

ARREGLO DE MADRID (II)

• **Una marca solicitada al amparo del Arreglo de Madrid, es internacional en su solicitud, no obstante nacional en lo que respecta a su examen, ya que es cada una de las Administraciones la que decidirá si la marca es admitida o no.**

• **Por tanto una marca internacional puede ser rechazada para unos países, sin perjuicio para el resto de los designados.**

• **Una vez que la marca ha pasado los exámenes correspondientes, tendrá una duración de 10 años a contar de la fecha de registro ante la OMPI.**

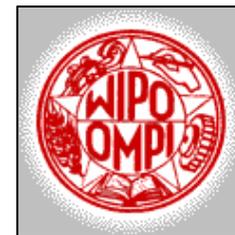
• **Características principales:**

• **1.- Es necesaria una marca nacional registrada.**

• **2.- Idioma oficial: francés**

• **3.- Existen tasas oficiales idénticas para los países miembros**

• **4.- El plazo de Examen por los países designados es de 12 meses a contar desde la fecha de notificación.**



PROTOCOLO DEL ARREGLO DE MADRID (I)

Determinadas características del Arreglo, bloqueaban la entrada de nuevos miembros:

Idioma oficial único.

- Tasas determinadas, que hacía imposible que algunas oficinas se autofinanciaran.

Examen en 12 meses.

- Marca base siempre debía estar registrada.

PROTOCOLO DEL ARREGLO DE MADRID (II)

- ***En la Conferencia Diplomática de 27 de junio de 1989 se aprueba el Protocolo de Madrid, el cual entró en vigor el 1 de abril de 1996.***
- ***A través del Protocolo, se introducen una serie de pautas de actuación que permiten la adhesión de otros países al sistema de marca internacional, así como permitir sentar las bases para que la marca internacional y comunitaria puedan estar vinculadas.***

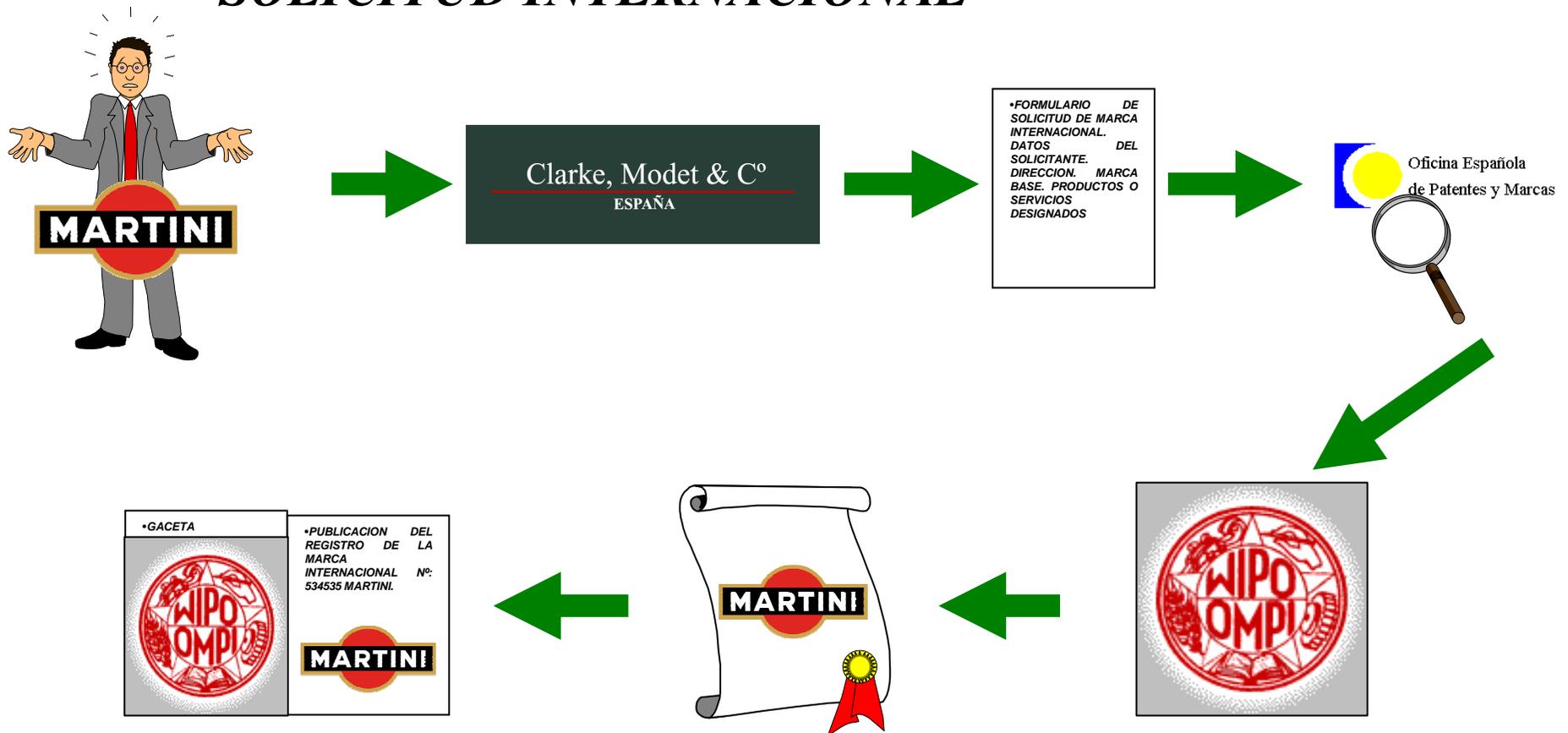


PROTOCOLO DEL ARREGLO DE MADRID (III)

Características principales:

- 1.- Puede actuar como registro base tanto una marca solicitada como registrada.***
- 2.- Los idiomas oficiales del Protocolo del Arreglo de Madrid son el francés, el inglés, y desde 2003 también el español.***
- 3.- Cada país puede tener su propia tasa oficial individual.***
- 4.- El plazo de Examen para los países designados es de 18 meses.***

PROCEDIMIENTO DE PRESENTACIÓN DE UNA SOLICITUD INTERNACIONAL



PAISES MIEMBROS DEL SISTEMA DE MADRID

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

- **VINCULACION ENTRE MARCA COMUNITARIA INTERNACIONAL.**
 - Una marca comunitaria puede actuar como base para acceder al registro de una marca internacional.
 - En el registro de una marca internacional cabe la posibilidad de designar Comunidad Europea.

Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

LA PROTECCIÓN EN LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

INTRODUCCIÓN

La Gestión del proceso de innovación tecnológica exige definir, entre otras, estas dos cuestiones:

✓ *Formas de obtener la Tecnología*

✓ *Formas de proteger la Tecnología*

Formas de obtener la Tecnología **I + D + i**

Definición Nuevo Proyecto

- Funciones y Características generales y objetivos.

Conocimiento Estado de la Técnica

- Investigaciones de Patentes, Informes tecnológicos, informes de patentabilidad, SIPT, prospectiva tecnológica.

Desarrollo del Proyecto

Calendario, duración y alcance.

Protección Proyecto

- Contratos (medios humanos)
- Solicitud Protección (Estrategia de Protección)

¿ Proteger ? la tecnología obtenida

- Entendemos por “proteger” toda aquella acción encaminada a evitar la apropiación o aprovechamiento indebido de un bien por parte de terceros.
- La tecnología es un bien inmaterial (conocimiento) cuyo soporte físico es:
 1. La mente de las personas
 2. La documentación en la que se escribe
 3. Los productos o servicios en los que se implementa
- Esto plantea problemas tanto para su protección física como para su protección jurídica (en particular, la delimitación o definición del bien a proteger).

Formas de proteger la tecnología obtenida

- Protección “Física”:
 - Secreto empresarial (guardar la confidencialidad del know-how)
- Protección jurídica:
 - Títulos de Propiedad Industrial
- Protección indirecta por reconocimiento público de la propiedad:
 - Ser el primero en el mercado (“ lead time”)

- **Invención (Innovación técnica)** : Desarrollo de una solución práctica a una necesidad o problema técnico.

- Procedimiento, sistema, aparato.
- Mejora o perfeccionamiento.
- Dispositivo u objeto sencillo.



- **Patente:** Un derecho de protección sobre el objeto de una invención.

Importante !

LAS IDEAS **NO** SON PATENTABLES

SÍ SU MATERIALIZACIÓN O REALIZACIÓN

¿Qué se protege como propiedad INDUSTRIAL?

INNOVACIONES TECNICAS
(INVENCIONES)

• Regla o efecto técnico:
Productos, procedimientos,
Utensilios, aparatos

MODALIDADES O TITULOS de propiedad industrial en la
legislación española (similares en la mayoría de los países)

- **PATENTES**
- **MODELOS DE UTILIDAD**

- Garantizan la exclusividad en la explotación (directa o indirecta) del producto o procedimiento o tecnología desarrollado en un proceso de I+D+i.
- Proveen mecanismos jurídicos potentes para actuar contra infractores.
- Desestimulan la intención de comisión de fraudes.

- Un portafolio de patentes bien estructurado hace que los competidores, actuales o potenciales, se replieguen en una circunstancia dada de mercado.
- La aparición de una patente o grupo de patentes sólidas en un mercado, puede alterar favorablemente la tendencia de ese mercado.
- La aparición de una patente o grupo de patentes sólidas en un entorno puede “debilitar” a un competidor y hacerlo susceptible de adquisición o fusión.

La posesión de un portafolio sólido de patentes abre diferentes vías de negociación o explotación frente a terceros:

- Venta o transferencia de tecnología.
- Licenciamiento.
- Acercamiento a potenciales socios o inversores.
- Socios tecnológicos cautivos (p.e., desarrolladores).
- Expansión de mercados sin inversión directa.
- Reconocimiento directo o indirecto de la compañía en otros mercados.

¿QUÉ INVENCIONES SON PATENTABLES?

EL ARTÍCULO 4º DE LA LEY 11/1986 DE PATENTES, EN SU APARTADO 1º, DICE:

"SON PATENTABLES LAS INVENCIONES NUEVAS QUE IMPLIQUEN ACTIVIDAD INVENTIVA Y SEAN SUSCEPTIBLES DE APLICACIÓN INDUSTRIAL"

CUÁNDO SE CONSIDERA QUE UNA INVENCIÓN ES NUEVA

**"CUANDO NO ESTÁ COMPRENDIDA EN EL ESTADO DE LA
TÉCNICA".**

(ARTÍCULOS 6 Y 7)

CUÁNDO SE CONSIDERA QUE UNA INVENCIÓN IMPLICA ACTIVIDAD INVENTIVA

"SE CONSIDERA QUE UNA INVENCIÓN IMPLICA UNA ACTIVIDAD INVENTIVA SI AQUELLA NO RESULTA DEL ESTADO DE LA TÉCNICA DE UNA MANERA EVIDENTE PARA UN EXPERTO EN LA MATERIA"

(ARTÍCULO 8)

CUÁNDO SE CONSIDERA QUE UNA INVENCION ES SUSCEPTIBLE DE APLICACIÓN INDUSTRIAL

**"CUANDO SU OBJETO PUEDE SER FABRICADO O UTILIZADO EN
CUALQUIER CLASE DE INDUSTRIAL, INCLUIDA LA
AGRICULTURA"**

(ARTÍCULO 9)

Excepciones de Patentabilidad (I)

- **Art. 4.4 LP 11/86**

NO se consideran invenciones:

- descubrimientos, teorías científicas y mét. matemáticos
- obras literaria o artísticas, creaciones estéticas
- planes, reglas y métodos para el ejercicio de activ. intelectuales, juegos o activ. económico-comerciales, y programas de ordenador
- formas de presentar informaciones

Excepciones de Patentabilidad (II)

- **Art. 4.6 LP 11/86**

NO se consideran invenciones (no aplicac. industrial):

- métodos de tratamiento quirúrgico o terapéutico del cuerpo humano o animal
- métodos de diagnóstico aplicados al cuerpo humano o animal

Esta disposición NO es aplicable a:

- productos (sustancias o composiciones), aparatos o instrumentos para la puesta en práctica de tales métodos

Excepciones de Patentabilidad (III)

- **Art. 5.1-5.4 LP 11/86**

NO podrán ser objeto de Patente:

- invenciones contrarias al orden público o a la moral
- variedades vegetales y razas animales
- procedimientos esencialmente biológicos de obtención de vegetales o animales
- el cuerpo humano, en los diferentes estadios de su constitución y desarrollo

Derechos de Patente

(art. 50.1) La patente confiere a su titular el derecho de impedir a un tercero que no cuente con su consentimiento a la fabricación, ofrecimiento, introducción en el comercio o la utilización de un producto objeto de la patente o la importación o posesión del mismo para alguno de los fines mencionados

Derechos Solicitud de Patente

(art. 59) Protección provisional

- A partir de la fecha de publicación de la solicitud
- Notificación expresa

Derecho a exigir una indemnización

- con carácter retroactivo

Acciones por Violación del Derecho de Patente

(Art. 63) El titular cuyo derecho de patente sea lesionado podrá solicitar:

- Cesación de actos
- Indemnización de daños y perjuicios
- Embargo de objetos
- Atribución en propiedad de objetos
- Adopción de medidas necesarias para evitar que prosiga la violación
- Publicación de sentencia condenatoria

Establecimiento de una Política de Protección de Invenciones

- Necesidad Protección Invenciones
- Selección de Invenciones a Proteger
- Selección Modalidad de Protección
- Selección de Áreas de Protección
- Selección de Vías de Protección

Necesidad de Protección Inventiones

- Protección Inversiones
- Periodo de Monopolio
- Periodo de Privilegio frente a competidores
- Licencias y/o ventas Patentes
- Intercambio Licencias
- Gastos Protección Reducidos

Selección de Invenciones a Proteger

- **¿Es patentable?**
 - Novedad (Mundial)
 - Nivel inventivo (salto tecnológico)
 - Aplicación industrial (Utilidad)
- **¿Interesa patentarla?**
 - Va a reportar beneficios
 - Puede mantenerse en secreto

Criterios de Selección de Modalidad de Protección

	DURACIÓN	NOVEDAD	ACTIVIDAD INVENTIVA	COSTE	OBJETO	TRÁMITE
PATENTE	20 años	Mundial	NO evidente del Estado de la Técnica	Depósito + Trámite IET + (Examen) + Concesión	Procedimiento Producto Instalación Sistema Etc.	Con IET (Examen) mín 3 años
MODELO DE UTILIDAD	10 años	Nacional	No MUY evidente del Estado de la Técnica	Depósito + Concesión	Herramienta Utensilio <i>No Procedim.</i>	Trámite Oposición 1 a 1,5 años

Contenido de un documento de PATENTE

PRIMERA PAGINA

(identifica el documento)

Datos administrativos

- País
- N° de solicitud y publicación
- Fechas de presentación, publicación y concesión
- Prioridad
- Titular
- Inventor
- Representante

Datos Informativos

- Título de la invención
- Resumen
- Sector técnico según CIP (Clasificación Internacional de Patentes)s

MEMORIA DESCRIPTIVA

(Datos e información técnica)

Datos administrativos

- Objeto de la invención y sus ventajas
- Antecedentes, estado de la técnica conocido
- Descripción de la técnica detallada
- Explicación de los dibujos
- dibujos

REIVINDICACIONES

(Delimitan el objeto y el alcance del monopolio)

Basadas en la descripción técnica tienen dos partes:

- Preámbulo : delimita las características técnicas ya conocidas en el estado de la técnica.
- Parte caracterizadora: son las características técnicas de la invención NO conocidas en el estado de la técnica
- Características principales independientes y dependientes (secundarias)

MODELOS UTILIDAD

- **Definición**

Serán protegibles como Modelo de Utilidad las invenciones:

- que consisten en dar a un objeto una **configuración, estructura o constitución** de la que resulte alguna **ventaja** prácticamente apreciable para su uso o fabricación

En particular:

- Utensilios, instrumentos, herramientas, aparatos, dispositivos o partes de los mismos

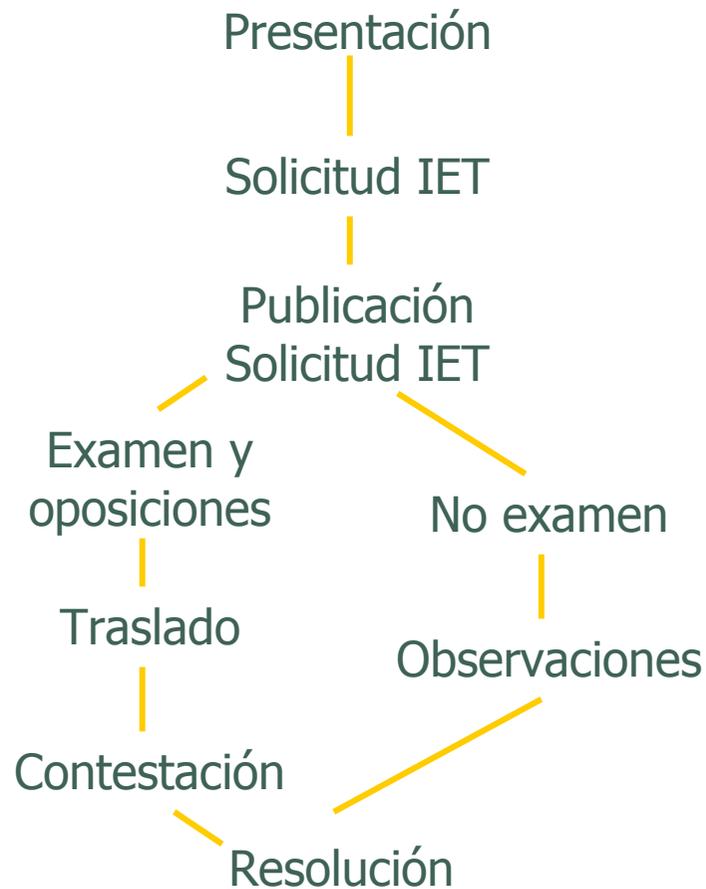
MODELOS UTILIDAD - Información General

- NO podrán ser protegidos como Modelo de Utilidad:
 - invenciones de **procedimiento**
 - **variedades vegetales**

- Duración del Modelo de Utilidad:
 - **10 años** improrrogables, desde la fecha de presentación de la solicitud

Tramitación: PI / MU

P
A
T
E
N
T
E
S



M
O
D
E
L
O
S



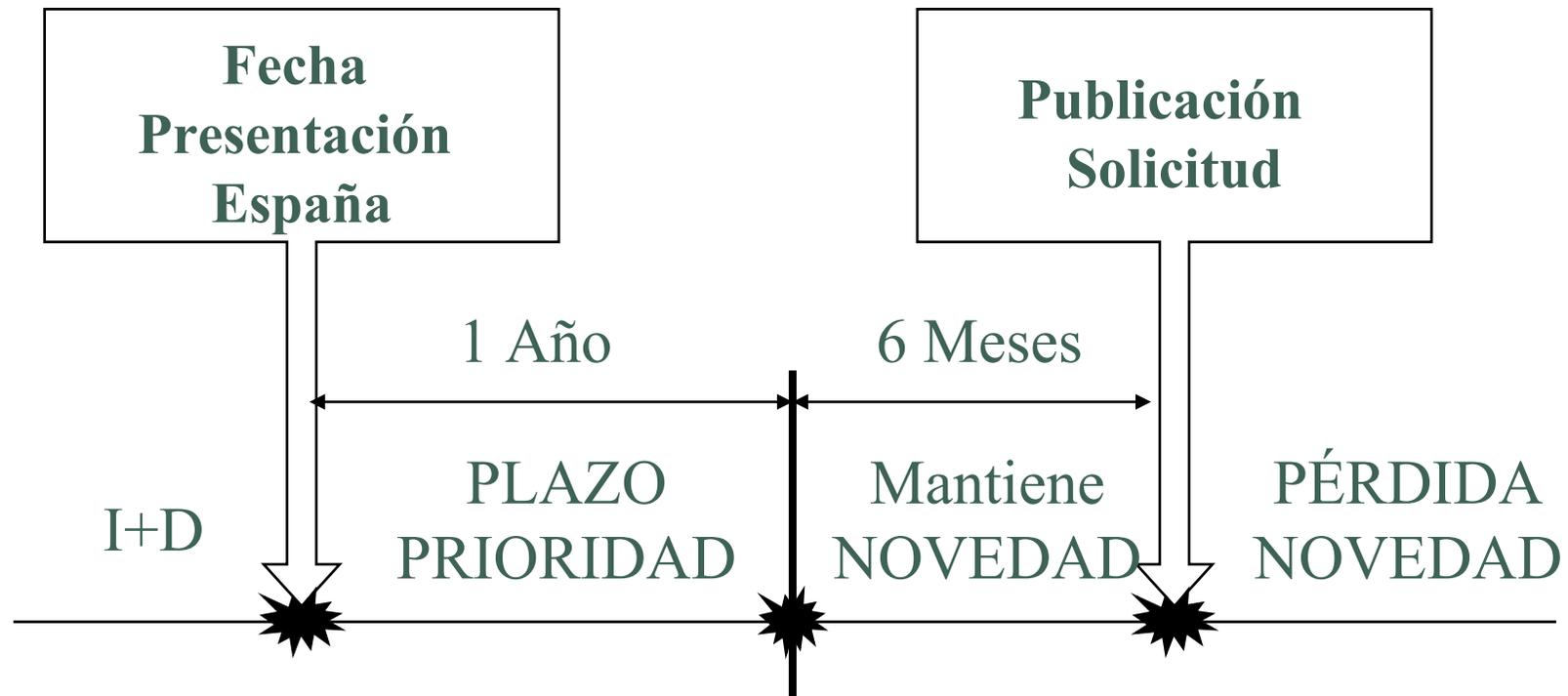
Selección de Áreas

- Países en los que se tiene empresa propia
- Países en los que se tienen empresas licenciadas
- Países en los que se prevé su venta
- Países en los que están establecidos (posibles) competidores
- Países en los que su fabricación puede resultar fácil o ventajosa

Selección Vías de Protección

- Solicitud en España
- Solicitud en Extranjero
 - Vía nacional
 - Vía Europea
 - Vía PCT
 - (Vía Comunitaria)

Prioridad



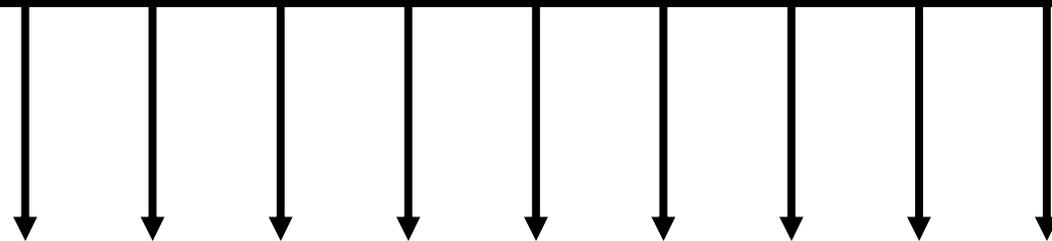
Prioridad: Presentaciones

Mes 0

Presentación de una primera solicitud, por ejemplo, en España (ES)

Mes 12

Presentación de solicitudes nacionales en otros países



Prioridad: Ventajas

- Estudios de la viabilidad técnica de la invención
- Estudios de mercado
- Estudios Tecnológico
- Preparación de la financiación de las solicitudes (por ejemplo, mediante ofrecimientos de licencia a terceros)
- Obtención de presupuestos para la extensión de la solicitud de patente a otros países

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

Ejemplos

- Philips KV (Países Bajos) presentó más de 3000 nuevas solicitudes de patente en 2006. Sólo aplica industrialmente, de manera directa, el 35%. El 60% de ellas las transfiere o licencia a terceros en todo el mundo y el 5% restante no produce ningún beneficio. La proporción en 2001 era 30-25-45.
- Los ingresos ponderados por aplicación directa de sus invenciones alcanzaron en 2006 el 62% del total de ingresos por tecnología, contra 38% por las transferencias o licenciamiento a terceros. En 2001 la proporción era de 76%-24%. Pero los gastos operativos han disminuido en un 44% en ese periodo.

- IBM Corp. (EEUU). Presentó más de 3200 solicitudes de patente en 2006. Sólo aplica industrialmente, de manera directa, el 28%. Transfiere o licencia a terceros el 65% y descarta el 7%. Este 7% lo cede gratuitamente a universidades, beneficiándose de deducciones impositivas. La proporción en 2001 era 42-30-28.
- Los ingresos ponderados por aplicación directa de sus invenciones alcanzaron en 2006 el 54% del total de ingresos por tecnología, contra 46% por las transferencias o licenciamiento a terceros. En 2001 la proporción era de 63%-37%. Pero los gastos operativos han disminuido en un 52% en ese periodo.

- Fratelli Dragotti (Italia), fabricantes de envases de polietileno, 42 empleados. Presentó 18 solicitudes de patente en 2006. Sólo aplica industrialmente, de manera directa, el 50%. Transfiere o licencia a terceros el 50% y descarta 0%. La proporción en 2001 era 60-0-40.
- Los ingresos ponderados por aplicación directa de sus invenciones alcanzaron en 2006 el 41% del total de ingresos por tecnología, contra 59% por las transferencias o licenciamiento a terceros. En 2001 la proporción era de 100%-0%. Pero los gastos operativos han disminuido en un 62% en ese periodo.

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL EN LAS EMPRESAS

I.-

¿Por qué es importante la Propiedad Industrial para mi empresa?

LOS ACTIVOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL



**HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD
EN EL MERCADO GLOBALIZADO**



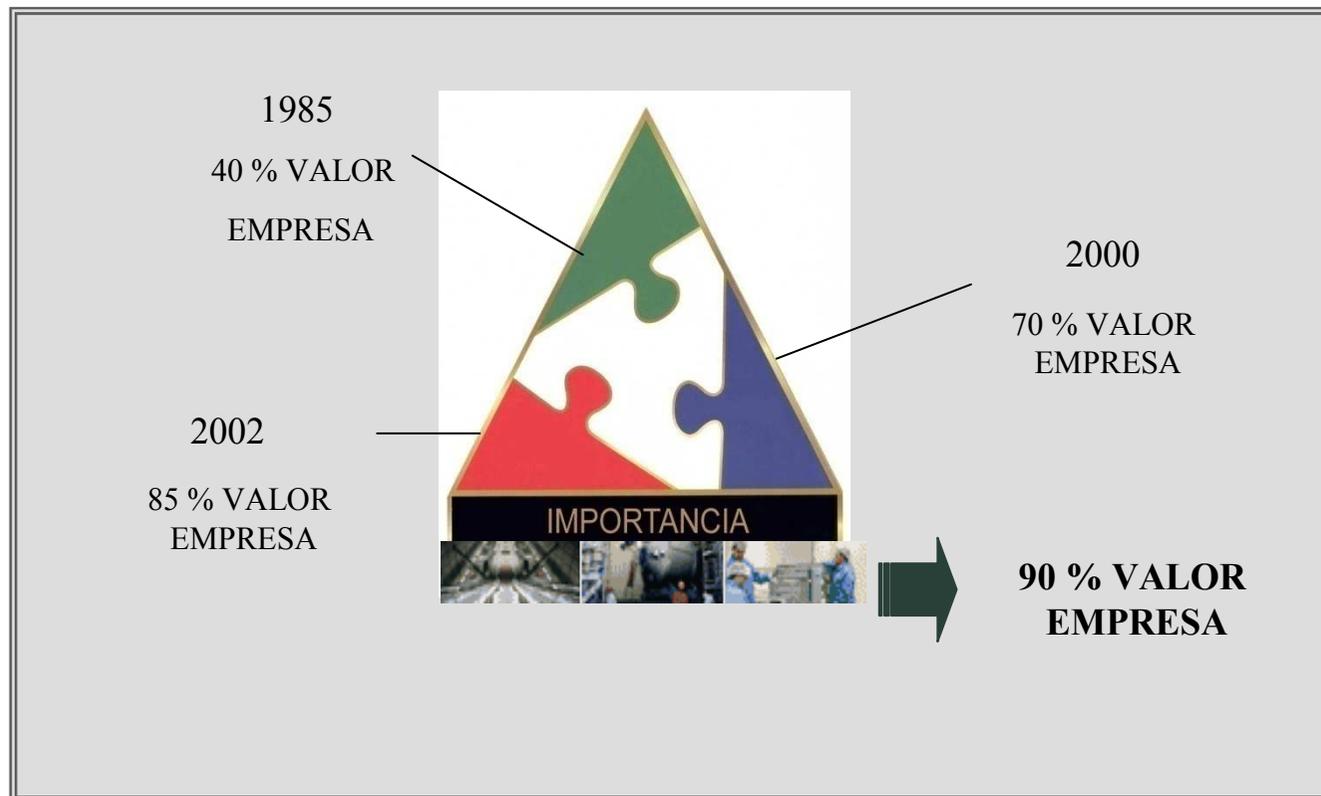
**ELEMENTO DE
DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS**

1. Valor estratégico de los Activos de PII

Los activos intangibles de Propiedad Industrial e Intelectual.

ACTIVO	
TANGIBLE	<ul style="list-style-type: none">- EDIFICIOS- MAQUINARIA
INTANGIBLE	<ul style="list-style-type: none">- PATENTES- MODELOS DE UTILIDAD- KNOW-HOW- SECRETOS COMERCIALES- DISEÑOS INDUSTRIALES- MARCAS- NOMBRES COMERCIALES- NOMBRES DE DOMINIO- DERECHOS DE AUTOR...

EVOLUCIÓN DE LA IMPORTANCIA DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL



1. Valor estratégico de los Activos de PI

El valor de algunos activos de PI.....

BRANDZ RANKING

#	Brand	Brand Value (\$m)
1	Google	66,434
2	GE (General Electric)	61,880
3	Microsoft	54,951
4	Coca Cola (*)	44,134
5	China Mobile	41,214
6	Marlboro	39,166
7	Wal-Mart	36,880
8	Citi	33,706
9	IBM	33,572
10	Toyota	33,427

Fuente: *Millward Brown Optimor (including data from BRANDZ[®], Datamonitor, and Bloomberg)*

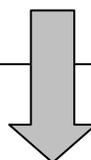
II.-

**¿Cuál es la situación actual
En nuestro País??????**

Situación actual de los intangibles de IP como generadores de valor

- 57,3%** considera estos recursos como **gasto** no como inversión
- 70,7%** **escasa** consideración como fuente de valor
- 57%** excesiva visión a **corto plazo**
- 55,4%** **desconocimiento** de los intangibles
- 97%** **no** existe plan de **comunicación**

Fuente: Instituto de Análisis de Intangibles



CAMBIO CULTURAL DE LAS EMPRESAS

III.-

¿Qué les sugerimos??????

ESTRATEGIA DE GESTIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS ACTIVOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL



ALINEADA CON EL PLAN DE NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA



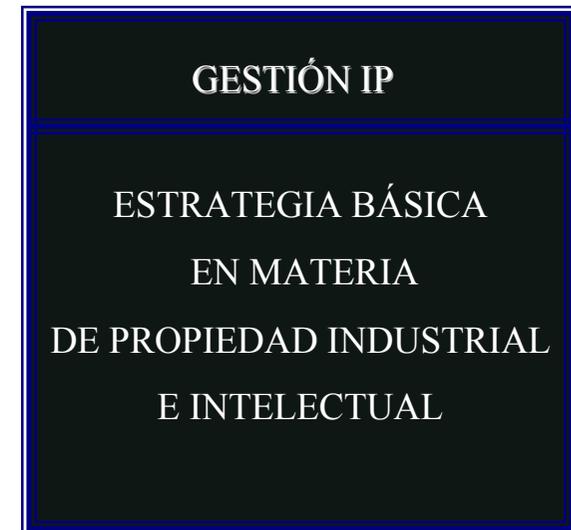
**PLAN DE NEGOCIOS ORIENTADO A LA IP → REUNIR
EN UN DOCUMENTO ÚNICO TODA LA INFORMACIÓN
NECESARIA PARA EVALUAR UN NEGOCIO**

✓ **OBJETIVO:**

- ✓ **LOGRAR UNA GESTIÓN EFICIENTE DEL CAPITAL INTELECTUAL:**
Capacidad de la compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre la organización y materializarlos en procesos, productos y servicios
- ✓ **EFFECTIVIDAD DE LA CARTERA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL: GENERACIÓN DE VALOR**
- ✓ **RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN: FUENTE DE INGRESOS.**

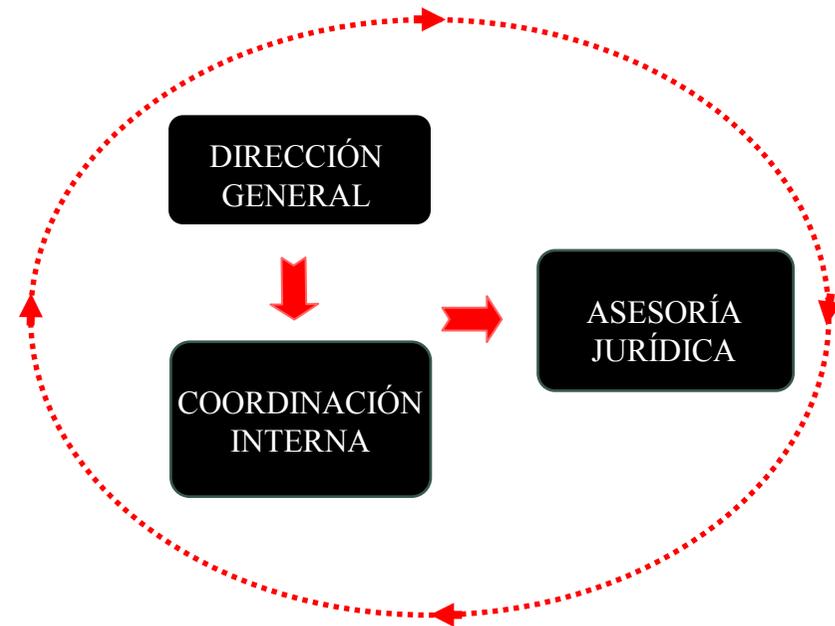
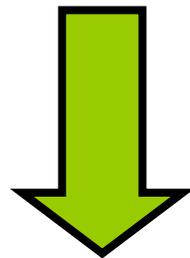
✓ **ESTRUCTURA:**

- ✓ **FINES Y OBJETIVOS DE MI NEGOCIO**
- ✓ **LAS PERSONAS (CAPITAL HUMANO)**
- ✓ **PERFIL DE NEGOCIO ESTUDIO DE
COMPETENCIA**
- ✓ **POLÍTICA DE ACTUACIÓN
(Asesorado por Agente Oficial).**



2. Política de Gestión de ad...

MODO DE IMPLANTACIÓN



1º Aprobada e incentivada por la Dirección General

2º Coordinada entre todos los departamentos de la Compañía

3º Apoyada por Asesoría Jurídica



IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACION Y EVALUACIÓN



2. Política de Gestión de IDENTIFICACIÓN, CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN

-  Beneficio Medio (largo plazo)
-  Alto (Corto plazo)
-  Alta
-  Media
-  Baja
-  Público
-  Confidencial



Marcas
Patentes
Diseños Industriales
Nombres de dominio
Acuerdos de licencia
Bases de datos
Manuales Técnicos
Know-How
Secretos comerciales e Industriales

Duración de la Protección Títulos	Fechas de vencimiento	Cifrar grado de importancia	Beneficios Generados / Esperados por activo identificado	Ventajas frente a competidores de nuestros activos	Prioritario para la organización	Confidencial/Público	Valoración global
			0	si			+
			0	si			+
			0	no			+/-
			0	no			+/-
			0	si			+
			0	si			+/-
			0	si			+
			0	si			+
			0	si			+

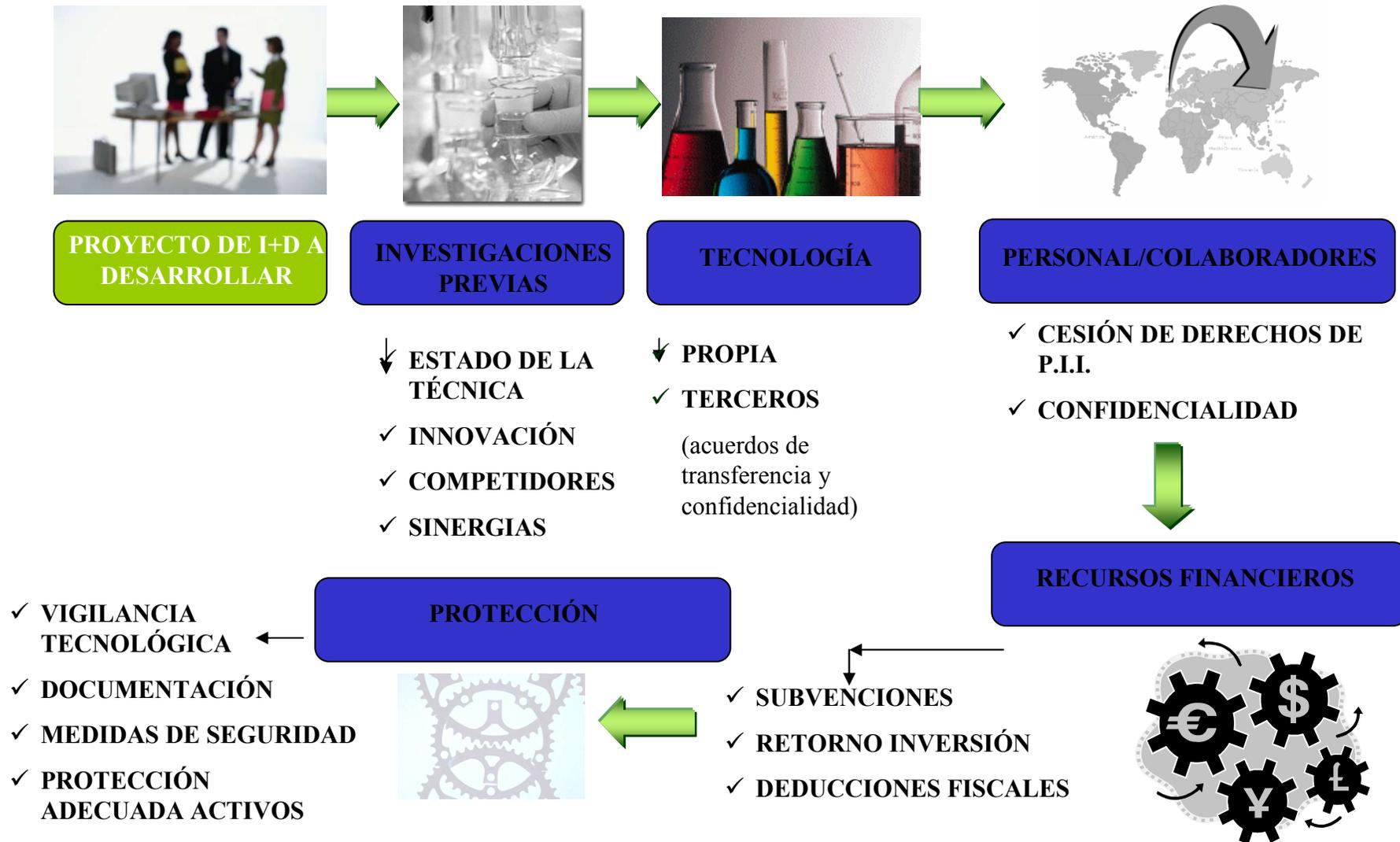
Fuente:© Clarke, Modet & Cº 2009

2. Política de Gestión de Activos de PII

ESTRATEGIAS DE PROTECCIÓN, USO Y EXPLOTACIÓN



** Diseñar una estrategia de protección, a utilizar por todos los departamentos y unidades de negocio, encaminadas a determinar e identificar que activos intangibles son susceptibles de registro o patentabilidad y cuales serán clasificados como secreto industrial o comercial o de negocio.*





- **COMUNICACIÓN INTERDEPARTAMENTAL**
- **INTERDISCIPLINARIEDAD**
- **PROCEDIMIENTOS DE ACTUACIÓN COORDINADA**
- **FORMACIÓN: LENGUAJE COMÚN**



<div style="background-color: blue; color: white; padding: 5px; text-align: center;"> Activos IP </div> <div style="background-color: lightblue; padding: 5px;"> Área Operativa </div>	patentes	Diseños	Marcas	Software	Nombres de dominio	Know-How	Secreto Comercial	Página Web
Marketing	●	●	●	●	●	●	●	●
RRHH	●	●	●	●		●	●	●
Comercial	●	●	●	●	●	●	●	●
I+D	●	●	●	●		●	●	●
Dirección General	●	●	●	●	●	●	●	●
Calidad	●	●	●	●	●	●	●	●
Asesoría Jurídica	●	●	●	●	●	●	●	●
Informática IT				●	●		●	●
Finanzas	●	●	●		●		●	



BENEFICIOS

- ✓ **Titularidad de derechos/activos**
- ✓ **Facilita generación de valor en las compañías**
- ✓ **Retorno de la inversión**
- ✓ **Procedimientos de actuación coordinados y unificados**
- ✓ **Mecanismo de control**
- ✓ **Minimiza riesgo**
- ✓ **Seguridad jurídica**

La Propiedad Intelectual se consolida de manera eficiente y eficaz en la medida que se traduzca en valor añadido al negocio en términos de posicionamiento tecnológico, nuevos desarrollos, oportunidades, ingresos, ganancias e internalización del conocimiento.

Clarke, Modet & C^o

FUNDADA EN 1879

*Importancia de la Protección
de las Variedades Vegetales*



• © Clarke, Modet & C^o 2009

OBTENTOR

*VARIEDAD
VEGETAL*

*OBTENCIÓN
VEGETAL*



*Confiere al titular Derecho
exclusivo de:*

- *Producción o reproducción*
- *Introducción en el comercio*
- *Importación/exportación*
- *Posesión de la variedad protegida*

Un conjunto de plantas de un solo taxón botánico del rango más bajo conocido que pueda:

- Definirse por la expresión de los caracteres resultantes de un cierto genotipo o de una cierta combinación de genotipos.
- Distinguirse de cualquier otro conjunto de plantas por la expresión de uno de dichos caracteres por lo menos, y
- Considerarse como una unidad, habida cuenta de su aptitud a propagarse sin alteración.

Nueva

Distintiva

Estable

Homogénea

• *Se entiende por conjunto de plantas el formado por:*

- *plantas enteras ó*
- *partes de plantas*



*que puedan generar
plantas enteras*

• *Pertenecientes a un único taxón botánico del rango más bajo conocido (estadio inferior de la clasificación botánica)*

El desarrollo de una nueva variedad vegetal, implica una fuerte inversión

¿Como recuperarlo?



**•PROTEGIÉNDOLA MEDIANTE UN TITULO DE
OBTENCIÓN VEGETAL**



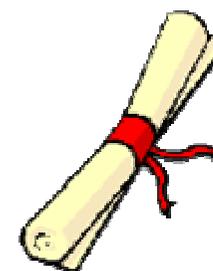
- *Se concederá el título de obtención vegetal cuando la variedad sea:*

Nueva

Distinta

Estable

Homogénea



Novedad

La variedad no debe haber sido vendida o cedida, o habiéndolo sido, no haya transcurrido:

- 1 año, si se hizo en España*
- 4 años, si se hizo fuera de España. En caso de leñosas y vid, se extiende a 6 años.*

•Distinción

•Una variedad es distinta, si se diferencia claramente de cualquier otra variedad notoriamente conocida.

•Estabilidad

•Una variedad es estable, si sus caracteres específicos se mantienen inalterados tras sucesivas reproducciones o multiplicaciones.

•Homogeneidad

•Una variedad es homogénea, si es suficientemente uniforme en sus caracteres específicos

Es el nombre que se le da a una variedad vegetal

Limitaciones:

- A)** *Caracteres alfanuméricos* **“BT11”**
Nombre fantasía **“GOLDEN”**
- B)** *No puede existir una marca registrada en clase 31
con la misma denominación.*

- ▶ *Reforzar los derechos de los obtentores*
- ▶ *Regular la “excepción del agricultor”*
- ▶ *Ampliar la duración de la protección:*
 - ▶ *25 años en herbáceas*
 - ▶ *30 años en leñosas y vid*



Confiere al titular el derecho exclusivo de:

- *la producción o reproducción*
- *el acondicionamiento a los fines reproductivos*
- *la introducción en el comercio*
- *la importación/exportación*
- *la posesión*

de su variedad protegida.



Acciones por violación del derecho

- *Cesación de actos*
- *Indemnización de daños y perjuicios sufridos*
- *Embargo del material producido*
- *Atribución en propiedad*
- *Adopción de medidas para evitar la continuación*
- *Publicación sentencia condenatoria del infractor*



- *Por expiración del plazo en que fue concedido.*
- *Por renuncia del titular.*
- *Por no pagar las tasas.*
- *Por causas que provoquen la pérdida de las propiedades esenciales de la variedad.*



➤ *Para poder producir o comercializar una variedad, es necesario que la misma se encuentre inscrita en:*

- *Registro de variedades comerciales (ESPAÑA)*
- *Catálogo Común de variedades (U.E.)*

➤ *La inscripción exige que la variedad sea:*

- *distinta*
- *estable*
- *suficientemente homogénea*
- *con valor agronómico*

- *Vigencia de 10 años renovables*
- *Demanda de prórroga antes de 2 años*
- *Obligación del solicitante a conservar la variedad*

• *Variedades Protegidas*

• *Equivale a una Patente*

• *Ensayo de Identificación*

• *Beneficio del Obtentor*

• *Reconoce Propiedad*

• *Variedades Comerciales*

• *Equivale al Registro de Sanidad*

• *Identificación + Valor Agronómico*

• *Beneficio para comercialización*

• *Reconoce aptitud para el cultivo*

La protección de las Variedades Vegetales proporciona un conjunto de oportunidades y ventajas competitivas:

Monopolio durante el período de vigencia del Título de Obtención.

Período de Privilegio frente a los competidores.

Salvaguarda y protección de las inversiones. Establecimiento de una garantía para la inversión.

Obtención de Ingresos derivados de royalties por la explotación de licencias y/o cesión de los derechos

El balance entre el coste de la protección y los beneficios derivados de la misma es positivo para el Obtentor

La protección de las Variedades Vegetales proporciona una posición de fuerza en el mercado

España y las variedades hortícolas

España genera el 16 % de las hortalizas y el 32 % de la Fruta producida en la Unión Europea

CUADRO N.º 35a: ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA EN ESPAÑA Y LA UNIÓN EUROPEA (Años 2000 a 2004) Metodología SEC-95 (Valor millones de euros y %)

Actividades	Millones de euros					Porcentajes				
	2000	2001	2002	2003	2004	2000	2001	2002	2003	2004
ESPAÑA										
Producción Agrícola	22.463,7	22.346,5	22.945,1	25.229,6	26.608,7	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Cereales	4.316,4	3.786,1	4.443,1	4.499,0	5.465,2	19,2	16,9	19,4	17,8	20,5
Plantas Industriales	1.605,8	1.535,5	1.535,4	1.442,5	1.462,2	7,1	6,9	6,8	5,7	5,5
Plantas Forrajeras	628,1	618,6	592,5	603,4	658,7	2,8	2,8	2,6	2,4	2,5
Hortalizas	6.106,8	6.567,3	6.223,8	7.631,4	7.913,5	27,2	29,4	27,1	30,2	29,7
Patata	481,4	584,6	471,4	558,6	637,9	2,1	2,6	2,1	2,2	2,4
Frutas	5.131,4	5.678,4	5.216,3	6.613,5	5.429,6	22,8	25,4	22,7	25,0	20,4
Aceite de oliva	1.654,9	1.981,2	2.780,2	2.158,3	3.029,9	7,4	8,9	12,1	8,6	11,4
UE-15										
Producción Agrícola	148.089,1	149.733,8	150.927,6	154.430,1	161.381,7	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Cereales	35.771,4	34.992,8	35.377,9	35.093,3	38.472,7	24,2	23,4	23,4	22,7	23,8
Plantas Industriales	14.495,2	13.590,1	13.975,9	13.897,4	14.109,7	9,8	9,1	9,3	9,0	8,7
Plantas Forrajeras	16.133,8	16.174,5	16.282,4	15.983,1	16.840,0	10,9	10,8	10,8	10,3	10,4
Hortalizas	36.854,1	37.887,0	39.093,6	41.903,3	40.244,5	24,9	25,3	25,9	27,1	24,9
Patata	5.434,6	6.914,0	5.999,1	6.415,2	6.353,8	3,7	4,6	4,0	4,2	3,9
Frutas	16.060,0	17.544,3	17.288,1	18.635,5	18.777,2	10,8	11,7	11,5	12,1	11,6
Aceite de oliva	5.097,3	5.409,0	6.245,9	5.617,8	6.896,2	3,4	3,6	4,1	3,6	4,3

Fuente: Eurostat y MAPA. Subdirección General de Estadísticas Agroalimentarias.

•SOLICITUDES DE PROTECCIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA

País de origen (UE)	Número de Solicitudes	País de Origen (no UE)	Número de Solicitudes
NL	10.286	US	3.334
DE	4.432	CH	1.266
FR	4.013	JP	419
DK	1.428	AU	341
UK	1.421	IL	300
IT	722	NZ	196
BE	616	TW	25
ES	449	CR	17
SE	165	ZA	17
AT	83	SUMA:	6.167
CZ	63		
PL	60		
IE	45		
HU	38		
OTROS	62		
SUMA:	23.883		

España representa sólo el 1.49 % de las solicitudes de protección de variedades vegetales presentadas en la Unión Europea

•Nota: Datos a fecha 31/1/2008

España genera el 16 % de las hortalizas y el 32 % de la Fruta producida en la Unión Europea.

España representa sólo el 1.49 % de las solicitudes de protección de variedades vegetales presentadas en la Unión Europea

Falta de cultura de protección de variedades vegetales

Altos índices de "Biopiratería"

Divulgación y concienciación de las oportunidades y ventajas de la protección de las variedades vegetales

130
ANIVERSARIO
1879-2009



Clarke, Modet & C^o
FUNDADA EN 1879

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN