ÍNDICE

Sobre el autor 11
Propósito y enfoque de esta guía 13

CAPÍTULO 1.
¿POR QUÉ PROTEGER LA INNOVACIÓN? 15
1.1. Definiciones y falsas creencias en torno a la propiedad industrial .. 17
Ideas erróneas más frecuentes 18
Confundir «patentar» y «registrar» 18
La inexistente «patente mundial» 18
1.2. Propiedad industrial y propiedad intelectual: juntas SUMAN, pero nunca revueltas 19
Errores comunes 20
1.3. Errores de traducción en propiedad industrial e intelectual 24
1.4. Importancia de los activos intangibles en el mundo empresarial ... 27
1.5. ¿Realmente merece la pena proteger? 30

CAPÍTULO 2.
OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN FUERA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL 33
2.1. Secreto empresarial 35
¿Qué conviene mantener como secreto industrial? 36
2.2. Ser el primero en el mercado 37

CAPÍTULO 3.
¿QUÉ ES UNA MARCA REGISTRADA? 39
3.1. Funciones de la marca 42
3.2. El valor de una marca como activo intangible 43
3.3. Cómo elegir un buen nombre de marca 45
3.4. Diferentes tipos de marca 49
Representaciones y nuevas tecnologías 49
Más allá del logotipo: modalidades admitidas 49
3.5. Diferencias entre marca y nombre comercial 56

3.6. Aspectos que conviene tener en cuenta al registrar una marca 57
3.7. Vías de protección de marca: nacional, comunitaria e internacional 60
Procedimiento de registro nacional 60
Vía europea: la marca de la Unión Europea (EUIPO) 62
Vía internacional: el Sistema de Madrid (OMPI) 64
Particularidades del Sistema de Madrid 65
Tasas orientativas 66
3.8. SME Fund: ayuda de la EUIPO para el registro de marcas, diseños y patentes 67
Conceptos subvencionables e importes máximos (ejercicio 2025) 67
Documentación necesaria 68
Procedimiento y plazos 68

CAPÍTULO 4.
¿QUÉ ES UN DISEÑO INDUSTRIAL? 71
4.1. Definición, funciones y alcance 73
Requisitos de protección 73
Duración y solicitud 74
Alcance de la protección 74
Valor estratégico 75
4.2. Alternativas de protección: diseño comunitario no registrado 75
Ventajas frente a un diseño registrado 76
Ventajas y limitaciones en la práctica 77
4.3. Diferencia entre período de gracia por divulgación y prioridad por exposición oficial 77
Período de gracia por divulgación 78
Prioridad por exposición oficial 78
Relación y diferencias 79
4.4. ¿Puede un diseño industrial convertirse en una marca tridimensional? 80
4.5. Prohibiciones de registro 81
Caso práctico: la «estelada» y otros emblemas similares 83
4.6. Vías de protección del diseño industrial: nacional, europea e internacional 84
Solicitud de diseño nacional ante la OEPM 84

Solicitud de diseño de la Unión Europea 85
Diseño internacional a través del Sistema de la Haya 87

CAPÍTULO 5.
PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS INVENCIONES 91
5.1. Patentes y modelos de utilidad 93
Requisitos para la concesión de una patente 93
Patentes y competitividad nacional 97
Más allá de la invención 97
La patente como un medio, no como un fin 98
5.2. Derechos y obligaciones derivados de la patente a su titular 99
5.3. ¿Dónde patentar? 101
5.4. Algunos ejemplos de conflictos de patentes 102
5.5. Fractus y la innovación en el diseño de antenas para la telefonía móvil 105
5.6. Diferencia entre patente y modelo de utilidad 107
5.7. Protección jurídica de las variedades vegetales y las topografías de semiconductores 109
Variedades vegetales 110
Topografías de semiconductores 111
5.8. La importancia de las reivindicaciones dentro de una patente 112
Estructura y características de las reivindicaciones 113
Ejemplo de reivindicación 115
5.9. Concepto de prioridad 116
Utilidad estratégica del derecho de prioridad 116
5.10. El procedimiento de concesión de una patente de ámbito nacional en España (vía OEPM) 117
5.11. Protección internacional de las invenciones: PCT, patente europea y patente unitaria 122
Procedimiento de Solicitud Internacional PCT 122
Consideraciones adicionales 124
Costes aproximados 125
Procedimiento y costes para solicitar una patente europea desde España 125
Ventajas estratégicas 128
La Patente Unitaria: protección europea simplificada... o eso parece 128

Ventajas del sistema unitario 130
Tribunal Unificado de Patentes (TUP) 130
Limitaciones y situación en España 130
Conclusión 131
5.12. El valor de las patentes para la empresa 132
Motivos para valorar una patente 132
Enfoques de valoración 132
Particularidades en la valoración de patentes frente a marcas ... 133
IPscore: herramienta gratuita para valorar patentes 134
5.13. Patent Box e incentivos fiscales 134
Activos elegibles e inelegibles 135
Características principales del Patent Box 135
Pasos para la aplicación del régimen 136
5.14. Ayudas específicas para el registro de patentes 137
Ayudas de la OEPM para el fomento de las solicitudes de patentes y modelos de utilidad 137
Ayudas estatales 140
5.15. Licencias contractuales de patentes 141
Tipos de licencia 141
Ejemplo práctico: contrato en proyecto de I+D 142
Distribución de derechos de patente 143
5.16. Las patentes como fuente de información 143

En resumen: lo esencial de la propiedad industrial 147
Reflexiones finales sobre la propiedad industrial 153
Centros y servicios de apoyo en propiedad industrial 157
Agradecimientos 163
Contenidos extra 167