

## ¿Cómo se protegen las creaciones?

Los nuevos juguetes, productos, invenciones, cajas, libros, pinturas, canciones, programas informáticos, videojuegos, dibujos...



se protegen mediante la propiedad intelectual

El registro es esencial para proteger las creaciones, deja claro de quién es la OBRA o el PRODUCTO.

## ¿Cómo funciona?

En España tenemos que diferenciar entre **propiedad industrial** y **propiedad intelectual**. Vámonos a la juguetería y veamos algunos ejemplos:

### PRODUCTOS

### ► derechos de propiedad industrial



PROTECCIÓN	¿SE PUEDE REGISTRAR?	¿QUÉ PROTEGE?	¿CUÁNTO DURA LA PROTECCIÓN?	VENTAJAS	EJEMPLO
Marca	SÍ	La identificación de los productos y la empresa	Puede ser renovada cada 10 años indefinidamente	La marca es lo más valioso de una empresa. Protege a la empresa y a sus productos, de los competidores que utilicen marcas idénticas o similares que puedan confundir al consumidor.	
Diseño	SÍ	La apariencia externa de los productos	De 5 a 25 años, dependiendo del país	Exclusividad a la hora de utilizar el diseño e impedir que otros lo utilicen.	
Patente	SÍ	Las nuevas invenciones	20 años	Ventaja competitiva única durante 20 años. Impide que otros fabriquen, usen o vendan la invención o la tecnología patentada.	
Secreto comercial	NO	Son conocimientos técnicos que solo conoce la empresa	No hay registro. ¡El reto es mantener el secreto!	Este conocimiento proporciona una ventaja competitiva a la empresa y sus productos.	

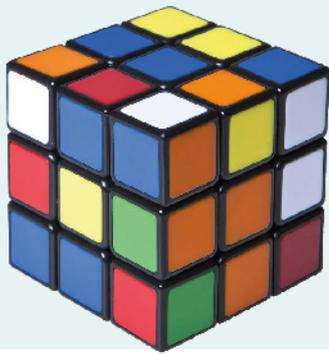
## OBRAS literarias y artísticas

## propiedad intelectual



PROTECCION	¿SE PUEDE REGISTRAR?	¿QUÉ PROTEGE?	¿CUÁNTO DURA LA PROTECCIÓN?	VENTAJAS	EJEMPLO
Derechos de autor	⚠️ La obra queda automáticamente protegida con la creación. No obstante, conviene registrar la obra para demostrar más fácilmente su autoría.	Protege creaciones artísticas (libros, pinturas, esculturas, textos con las reglas de un juego, etc)	70 años desde el fallecimiento del autor	Explotación de la obra. Permiten controlar, entre otros, la reproducción, traducción, distribución y venta.  Beneficios económicos para el autor y su familia. Reconocimiento del autor.	

## El caso del Cubo de Rubik



El cubo de Rubik fue inventado en los años 70 por Ernő Rubik, un profesor de arquitectura húngaro para enseñar a sus alumnos sobre espacios tridimensionales. El cubo de Rubik se convirtió en uno de los juguetes más vendidos de la historia, con más de 300 millones de unidades vendidas.

### ¿Cómo protegieron el juguete?

El cubo de Rubik fue **patentado** en los años 70, pero tras finalizar el período de la patente, se protegió como **marca tridimensional** en 1999 en la categoría de "puzles tridimensionales" y la marca representaba la forma cúbica del juguete.

Tras unos años, esta marca fue impugnada por otro fabricante alegando que la marca realmente era una solución técnica y que dicha solución solo podía protegerse mediante una patente, y no mediante una marca.

## ¿Qué puedes hacer tú como consumidor?

Los consumidores con sus decisiones de compra influyen en lo que producen las empresas.

Si los consumidores eligen productos originales, están apoyando a las empresas que invierten en crear puestos de trabajo, desarrollar productos seguros tanto para los niños como para el medioambiente.



conocer  
para  
decidir

Supported by:

