

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Trigésima primera sesión

Ginebra, 27 de noviembre a 1 de diciembre de 2023

RESUMEN DE LA HERRAMIENTA DE LA OMPI SOBRE EL PAPEL DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA INDUSTRIA DE LA MODA: DE LA CONCEPCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN

preparado por el profesor Noam Shemtov

1. El Anexo del presente documento contiene el resumen de la herramienta de la OMPI sobre “El papel de los derechos de propiedad intelectual en la industria de la moda: De la concepción a la comercialización”.
2. Esta herramienta se ha elaborado en el contexto del proyecto de la Agenda para el Desarrollo (AD) sobre “Promoción del uso de la propiedad intelectual en las industrias creativas en la era digital en Chile, Indonesia, los Emiratos Árabes Unidos y el Uruguay” (documento CDIP/26/5). Ha sido elaborado por el profesor Noam Shemtov, titular de una cátedra de Propiedad Intelectual y Derecho de la Tecnología en el Centro de Estudios de Derecho Comercial de la Universidad Queen Mary de Londres.

3. *Se invita al Comité a tomar nota de la información contenida en el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

El papel de los derechos de propiedad intelectual en la industria de la moda: De la concepción a la comercialización

Resumen

La industria de la moda, valorada en 759 500 millones de dólares estadounidenses,¹ es un motor considerable del crecimiento económico mundial y una fuente importante de ingresos fiscales y empleo en muchas jurisdicciones.

La propiedad intelectual (PI) es un componente fundamental del sistema jurídico del sector, en el que los diferentes derechos de PI son vitales para su sostenibilidad y crecimiento. Esta herramienta se centra en los derechos de autor, las patentes, los diseños, las marcas y los secretos comerciales como los más pertinentes para el sector de la moda y describe cómo pueden aplicarse en el ciclo de vida de los productos de moda. Constituye una herramienta práctica para ayudar a los diseñadores de moda y a los minoristas a planificar estos derechos esenciales de PI, con vistas a salvaguardar sus intereses y rentabilizar su labor creativa. También describe su papel y utilidad para el buen funcionamiento de las pequeñas empresas de moda y diseño.

La herramienta establece una distinción entre las falsificaciones y las imitaciones, ya que se requiere un enfoque específico para abordar las distintas amenazas que pueden afrontar las empresas y diseñadores de moda. Por falsificación se entiende la reproducción no autorizada de un original, vendida con la intención de engañar. Por el contrario, una imitación se refiere a la copia de los elementos esenciales de un original, sin la intención de hacerlo pasar por el original.

La industria de la moda comprende una amplia gama de sectores, y esta herramienta se centra en los sectores primarios del diseño de artículos de confección, prendas de vestir y textiles,² así como en los bolsos como una categoría importante de accesorios. Cada sector requiere distintos derechos de PI, y cada derecho de PI puede ser apropiado para proteger una faceta diferente de un producto de moda en distintas fases del ciclo de vida.

Por lo tanto, la herramienta examina los derechos de PI que pueden utilizarse para proteger los activos creativos intelectuales en la fase de concepción y desarrollo previa al lanzamiento, que es la fase inicial del ciclo de vida de un producto de moda. A continuación, procede a analizar el panorama de la PI en la fase de comercialización posterior al lanzamiento, describiendo los derechos de PI pertinentes y su papel en esta etapa. La herramienta concluye con un mapa de mitigación de riesgos sobre los derechos de PI de terceros para que las empresas lo tengan en cuenta antes de embarcarse en la creación y el lanzamiento de un nuevo producto de moda. También se incluye una lista de control para que las empresas del sector de la moda dispongan de una lista de los principales aspectos relacionados con la PI que deben tener en cuenta a lo largo del ciclo de vida del producto.

Consideraciones importantes

A continuación se exponen los puntos clave que deben tenerse en cuenta en las principales fases del ciclo de vida de los productos de moda:

¹ Según el informe *Fashion eCommerce Report 2022* de Statista: <https://www.statista.com/study/38340/ecommerce-report-fashion/>

² Las prendas de vestir y los textiles se utilizan a menudo en la creación de artículos de confección, pero no exclusivamente. Por ejemplo, el patrón de una prenda de *tweed* puede servir para confeccionar una americana, pero también para tapizar un sillón. Por consiguiente, lo mejor es considerar la protección del diseño de una prenda al margen de la protección de un producto de moda acabado.

Concepción, diseño y desarrollo

- Aprobar y aplicar una política de secretos comerciales, en la que se traten las cláusulas de no divulgación en los contratos de trabajo, así como los acuerdos pertinentes con terceros (por ejemplo, la viabilidad de la subcontratación).
- Aplicar una política clara de documentación completa del proceso de diseño, que incluya las diferentes fases, el personal implicado, fechas, fotos y otros registros de las etapas clave del proceso.
- Cuando sea posible, optar por el registro de derechos de autor.
- Presentar solicitudes de registro de marcas.
- Presentar solicitudes de registro de los derechos de diseño (o patentes de diseño, según proceda), teniendo en cuenta el umbral de novedad y velando por que la actividad empresarial no incurra en una divulgación previa destructora de la novedad.
- En los casos en los que los derechos sobre diseños no registrados en la Unión Europea o el Reino Unido puedan ser pertinentes (ya que sus mercados pueden ser territorios clave para la comercialización), valorar el requisito de la primera divulgación pública en estos territorios como condición previa para la protección.
- Considerar la posibilidad de protección mediante patente cuando sea pertinente (aunque sea una pequeña minoría de casos).
- Aclarar los posibles conflictos con derechos preexistentes de terceros antes de comercializar productos o servicios (y tratar de registrar los derechos de PI en relación con esos productos o servicios).

Lanzamiento y comercialización

- Tras la comercialización, hacer un seguimiento del uso del diseño o de alguno de sus elementos esenciales por parte de terceros.
- Hacer un seguimiento puntual o de manera sistemática mediante la suscripción a un servicio de vigilancia de nombres de dominio/marcas registradas con el fin de recibir una notificación cuando se publique algo idéntico o similar que induzca a confusión.
- Los propietarios de marcas pueden considerar la posibilidad de suscribirse a un servicio de supervisión que rastree los canales y plataformas digitales para detectar falsificaciones y productos no autorizados.
- Solicitar a las autoridades aduaneras y fronterizas protección contra la violación de los derechos de PI en las importaciones y exportaciones de los territorios pertinentes (esta opción está disponible para los titulares de marcas, diseños, patentes y, en ocasiones, derechos de autor).

La versión completa de la herramienta está disponible en:

http://www-dev.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_webinar_cr_2023_7/wipo_webinar_cr_2023_7_www_615976.pdf

[Fin del Anexo y del documento]