



Facultad de Arquitectura y Diseño

Plan de Estudios de la **Licenciatura en Diseño Industrial 2015**

Impartido en el semestre:
2017B

Docente
MAD. Claudia Araceli Bernal Silva



Unidad de Aprendizaje:

Mercado y Consumo

Créditos:

6

Núcleo de Formación:

Sustantivo

Área Curricular:

Económica – Administrativa

Carácter de la Unidad:

Obligatoria

Presentación del documento

- I. Guión explicativo
- II. Contenido
- III. Diapositivas
- IV. Escalas de Verificación
- V. Ubicación de la Unidad de Aprendizaje



I. Guión Explicativo

No. de Diapositiva	Contenido
1	Objetivo general de la U.A.
2	Nombre de la Unidad a desarrollar el tema del Material y Objetivo
3	Contenidos temáticos de la Unidad 2
4	Propósito del Material
5 - 9	Inicio del desarrollo del tema 5.1. de la U.A. Conceptos de Valor, activo intangible o capital intelectual, valor del diseño
10	Concepto de la propiedad intelectual
11	Organización mundial de la propiedad Intelectual



No. de la Diapositiva	Contenido
12 - 13	Razones para registrar.
14 - 16	Ramas de la propiedad intelectual Propiedad Autoral: qué es, dónde se realiza el registro, y tip`s de trámite.
17 - 20	Propiedad industrial: qué es, dónde se realiza el registro,
21 - 28	Los registros que aplican a la licenciatura de diseño industrial Dibujos industriales y modelos de utilidad y trámite
29 - 50	Los registros que aplican a la licenciatura de diseño industrial Signos distintivos (marca, concepto, tipos, impedimentos de registro y trámite
51	Conclusión
52 - 53	Bibliografía y Mesografía
54	Datos de contacto



II: Contenido

- Valor del diseño (activo intangible o capital intelectual)
- Definición de la propiedad intelectual
- Quién es la encargada de llevar a cabo el registro
- Ramas de la Propiedad Intelectual y su división
 - Propiedad Autoral: qué es, dónde se realiza el registro, y tips de trámite.
 - Propiedad industrial: qué es, dónde se realiza el registro, los registros que aplican a la licenciatura de diseño industrial (marcas y diseño industrial) y tips de trámite.



III: Diapositivas



MAD. Claudia Araceli Bernal Silva
Docente de la Licenciatura en Diseño Industrial

Objetivo de la Unidad de Aprendizaje:

Analizar los factores económicos y de mercado que influyen en la competitividad del Diseño Industrial en el contexto.



Unidad 2. La profesión del diseño Industrial en el desarrollo económico.

Objetivo:

Distinguir la importancia del diseño industrial como parte del desarrollo económico local y nacional a partir del estudio de los sectores económicos y en análisis de la intervención del diseño en el desarrollo económico, social y cultural para identificar el papel y la trascendencia del profesionalista del diseño.



Contenidos de la Unidad 2

1. Concepto de empresa y organización
2. Clasificación de las empresas.
3. Intervención del diseño industrial en el ciclo de vida y tamaño de las empresas
4. Cadena de valor en las empresas y la intervención del diseño
- 5. El valor del diseño**
 - 5.1. El valor del capital intelectual**
 - 5.2. El valor social del diseño
 - 5.3. El valor del diseño industrial en el ámbito económico, social y cultural



El siguiente material tiene como **propósito** dar a conocer a los alumnos de la Licenciatura de diseño industrial la importancia que tiene en la actualidad el conocimiento, factor considerado como fuente primordial que propicia la creación y generación de ventaja competitiva y riqueza en las organizaciones.

El registro de las invenciones (propiedad intelectual) es un recurso intangible que la mayoría de las empresas han convertido en el principal generador de valor pese a que en la información financiera no se vea reflejado como tal. En México, las empresas del sector industrial requieren impulsar la creación y registro de marcas, diseños industriales o modelos de utilidad, con el fin de aumentar el desarrollo económico del país.



5.1. El valor de la propiedad intelectual

Porter, define el valor como la **suma de los beneficios** percibidos que el cliente recibe de un producto o servicio.

Pero, ¿qué, **verdaderamente paga el cliente?**



ergonomía función
precio calidad
marca
tecnología diseño
innovación Servicio al cliente



Lo que todos pagamos.

es el **capital intelectual** de un productor o servicio

El **capital intelectual** es llamado también, activo intangible, activo invisible o activo oculto, es lo que posee una empresa, son difíciles de medir o determinar cuantitativamente pues comprenden entre otros, conocimientos, habilidades, motivación, reputación, cultura, innovación, tecnología, servicios y competencias.



Para Stewart (2012) precursor de este campo, el capital intelectual es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan a la empresa ventaja competitiva

“Es un derecho no físico a futuros beneficios”

Por su parte Salazar y Castro (2014), definen a los intangibles como aquellos activos que poseen futuros beneficios sin tener una forma física e incluyen, las inversiones en investigación y desarrollo, las inversiones de publicidad, marcas, las patentes, diseño industriales, entre otros.



Para las empresas las creaciones, diseños, invenciones, etc, son sumamente importante, por lo cual, no se vuelven parte de ellas, hasta que el creador u autor registra dicho capital.

Todo invención es un capital para alguien...

De acuerdo a la Ley de la Propiedad Intelectual Artículo 15, una **Invención** es toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas



¿Qué es la Propiedad intelectual ?

- Se refiere generalmente a las **creaciones de la mente humana**, las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio
- Se relacionada con **información o conocimiento, que se incorpora a un objeto tangible.**
- Se llevan a cabo en un número **ilimitado de copias**, en diferentes lugares del mundo.



¿Quién es la encargada de registrarla?

OMPI

Organización
Mundial de la
Propiedad
Intelectual



Razones para registrar



Uso exclusivo

Impide el **USO NO** autorizado

Renovar los efectos
del registro.

Limitar productos o servicios.

Evita el plagio

Otorgar licencias.

Transmitir los derechos.

Otorgar franquicias.

Y el más importante..... es que todo el mundo sabe que **es tuyo**



Universo de la Propiedad Intelectual se divide en **dos ramas:**

1. Propiedad Autoral

Es el **reconocimiento** que hace el Estado en favor de todo creador de **obras literarias y artísticas**, en virtud del cual **otorga su protección** para que el autor goce de privilegios exclusivos de **carácter personal (derecho moral) y patrimonial (derechos patrimoniales)**.

OBRAS

- Literarias, musicales, artísticas, fotográficas, cinematográficas, arquitectónicas, dramáticas...
- Software

DERECHOS CONEXOS

- Artistas intérpretes o ejecutantes
- Editores de libros
- Productores de fonogramas
- Productores de videogramas
- Organismos de radiodifusión
- Señales de Satélite

DERECHOS DE AUTOR

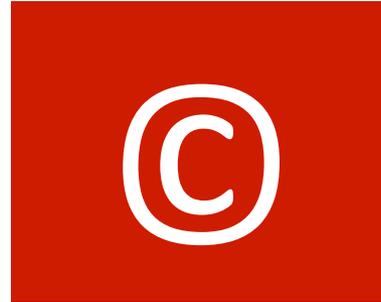


En México la institución encargada de llevar a cabo el registro es



Tú trámite

Ingresa a
www.indautor.gob.mx



No olvides.....

El símbolo © a menudo **se usa para indicar** que una obra está protegida por el derecho de autor.

© el nombre del propietario de los derechos de autor y el año en el que la obra fue creada.



2. Propiedad industrial

Es el privilegio que por un **tiempo determinado** el estado concede a los titulares de Invenciones, y signos distintivos para la **explotación exclusiva.**

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

- Patentes
- Modelos de Utilidad
- Diseños Industriales
- Circuitos Integrados
- Secretos Industriales

SIGNOS DISTINTIVOS

- Marcas
- Nombres Comerciales
- Avisos Comerciales
- Denominación de Origen



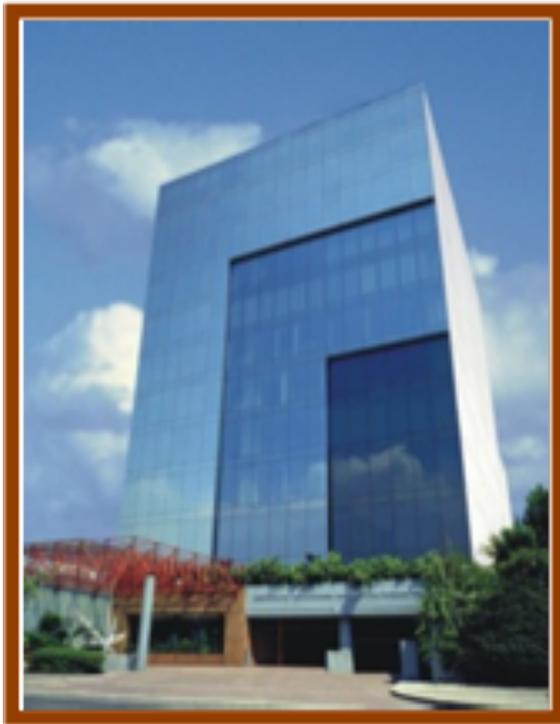
En México la institución encargada de llevar a cabo el registro es



IMPI
INSTITUTO MEXICANO
DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL



Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)



PERIFÉRICO



ARENAL



Oficinas Regionales del IMPI



Registros de Propiedad Industrial que puede realizar el diseñador industrial

Diseño Industrial

- I.- Los dibujos industriales
- II.- Los modelos industriales

Signos Distintivos

- I.- Marcas
- II.- Nombres Comerciales



Diseño Industrial

Un registro de diseño industrial es un **privilegio que confiere** un derecho exclusivo de explotación concedido por el Estado, mediante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial a la persona que realiza un diseño industrial y/o al titular de éste; es decir, al inventor o titular de un diseño industrial.

Los diseños industriales comprenden:



I.- Los dibujos industriales

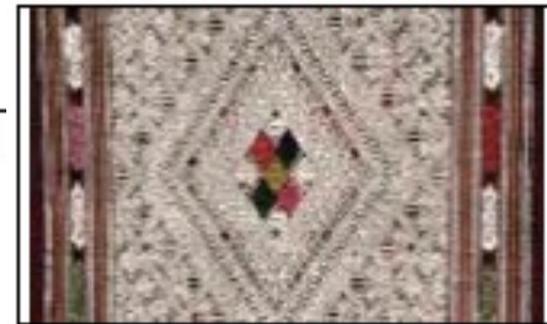
Son toda **combinación** de figuras, líneas o colores que se incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar y propio.



Estampado de corbata



Decoración en vasija



Carpeta

II.- Los modelos industriales

Constituidos por toda **forma tridimensional** que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé apariencia especial en cuanto no implique efectos técnicos.



Botella



Sillas



Lámpara

Aspectos legales a cumplir para registrar

Búsqueda del estado de la técnica

Descripción sencilla y clara

reivindicación



Estado de la técnica

Abarca cualquier **información conocida** antes de la fecha de presentación de la solicitud, publicada por cualquier medio, en el país o en el extranjero.

La reivindicación

La esencia de una reivindicación consiste en **definir la invención**, precisando el alcance del diseño industrial.

Donde encuentras dicha información . . .



El SIGA le permite realizar la búsqueda de información técnica desde 1890 a la fecha, para su consulta, se encuentran disponibles en formato PDF todos los ejemplares de la Colección de la Gaceta de la Propiedad Industrial

<http://sig.a.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>



Tu trámite

Los **costos** varían de acuerdo a cada uno de los trámites

La **vigencia es de 15 años** y solo se mantiene en derecho exclusivo si existen pago de anualidades a partir de la fecha de expedición.

En caso de **no hacerlo** se pierde y pasa a dominio público

NO OLVIDES .

Cuidar redacción, ortografía y características especiales de formato



Signos Distintivos se dividen en:

MARCAS

AVISOS COMERCIALES

NOMBRES COMERCIALES

DENOMINACIONES DE ORIGEN



¿Qué es una marca?

Es todo **signo visible** que distinga **productos o servicios** de otros **de su misma especie o clase** en el mercado.



Características de una **Marca**

palabra corta.

fácil de leer y de pronunciar

fácil de reconocer y recordar

agradable al oído

distintiva y no descriptiva

no tenga significado **negativo** en ningún idioma

requisitos legales



Requisitos legales

Búsqueda fonética gratis

Búsqueda figurativa con costo



Tipos de marcas . . .



Nominativa

Permite identificar un producto mediante **una palabra o un conjunto de palabras SIN diseño.**

Pueden constituirse de **letras, palabras o números y contener signos ortográficos** que auxilien a su correcta lectura.

Sears

Liverpool

Telcel

Nestlé

Vigencia:

10 años renovables por periodos iguales.



Innominada

Son aquéllas que identifican un producto o servicio y se constituyen a **partir de figuras, diseños o logotipos SIN** de letras, palabras o números.



Mixta

Es el tipo de marca que combina **palabras con elementos figurativos o tridimensionales.**



Denominación y Diseño



Vigencia: 10 años renovables por periodos iguales.



Denominación y forma tridimensional



Denominación, diseño y forma tridimensional



TRIDIMENSIONAL

Protege **envoltorios, empaques y envases de los productos.**

Cualquier forma o presentación de los productos en sus **tres dimensiones: alto, ancho y fondo.**



Vigencia: 10 años renovables por periodos iguales.



Marca Colectiva

En este tipo de marcas se unen un grupo de productores, fabricantes o prestadores de servicios y constituyen una sociedad en la que los miembros de la misma pueden usar una marca en común.



Titular:

Sociedad cooperativa de artesanos productores de tapetes anudados a mano Santiago Temoaya, S.C.L

Vigencia: 10 años renovables por periodos iguales.





Productos:

Juguetes elaborados con madera y decorados con colores.

Titular: Asociación de artesanos productores de artesanías del estado de Michoacán, A.C.



Impedimentos legales para el registro de una marca

Contenidos y formas **contrarias al orden público**, la moral y la buenas costumbres



Imágenes **dinámicas o Tridimensionales** como hologramas



Nombres técnicos o de uso común
que pretendan ampararse en la
marca (no distintiva)

VITAMINA C – Productos Farmacéuticos

CHELA – Cervezas

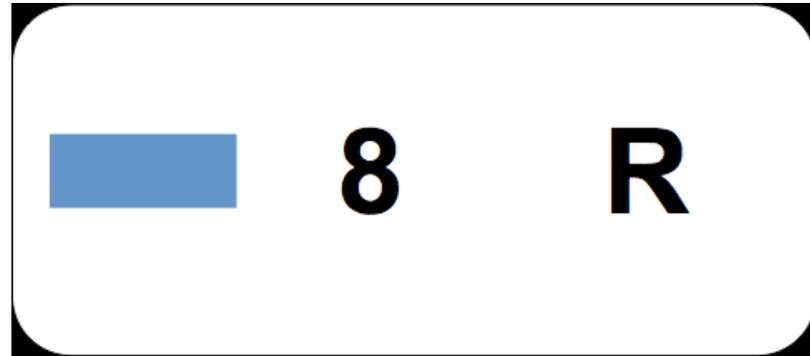
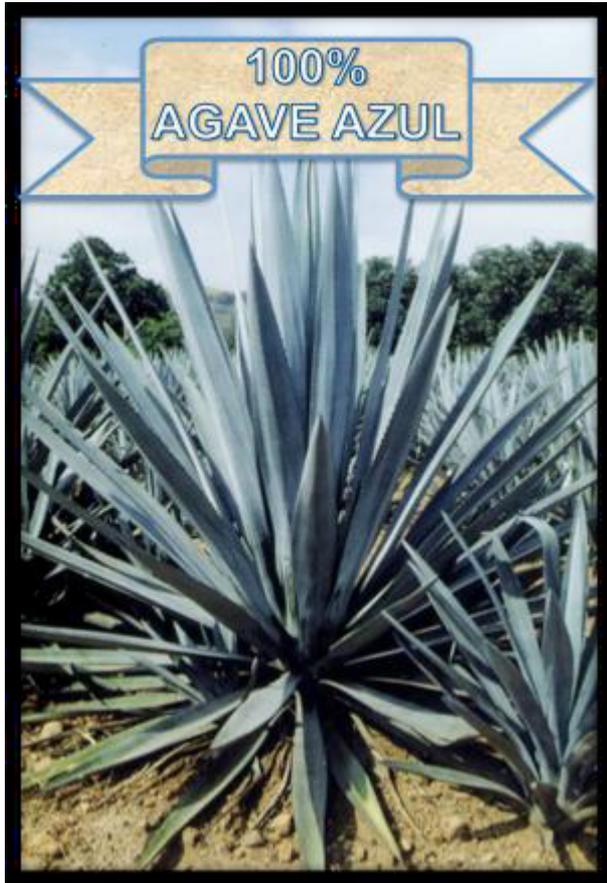
PENICILINA – Productos Farmacéuticos

JEANS – Pantalones de Mezclilla



Formas tridimensionales
que ya sean del dominio
público, carezcan de
originalidad (modelos
industriales)

Cuando **sean descriptivas** del producto o servicio que



Las **letras, dígitos o colores** aislados (a menos que estén combinados o acompañados)



Variaciones ortográficas caprichosas o traducciones en otros idiomas



Denominaciones geográficas, gentilicios, mapas que indiquen **procedencia** o **causen confusión**



Imiten o **reproduzcan** cualquier escudo, bandera o emblema



Signos y sellos de control y garantía, así como monedas y billetes de bancos



Nombres de condecoraciones, medallas u otros medios de exposiciones y/o congresos



Denominaciones de poblaciones que se caractericen por algo específico



Nombres, pseudónimos, firmas e imágenes de personas **sin su consentimiento**



Los títulos de obras intelectuales y artísticas (derechos de autor)



Falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de sus componentes



Marcas idénticas o semejantes a una en trámite



The image shows two comparisons of coffee brands. On the left, the 'IBARRA' logo (a yellow label with a crown and red stripes) is compared with the 'GUSTAVO' logo (a yellow label with a coffee cup and red stripes) using a large 'VS' in the center. Below them are labels: 'Registro concedido (clase 30)' for Ibarra and 'Expediente en trámite (clase 30)' for Gustavo. On the right, the 'HARD ROCK CAFÉ' logo (black text) is compared with the 'JARRO DE CAFÉ' logo (black text) using a large 'VS' in the center. Below them are labels: 'Registro concedido (clase 42)' for Hard Rock Café and 'Expediente en Trámite (clase 42)' for Jarro de Café.

Registro concedido (clase 30)

Expediente en trámite (clase 30)

HARD ROCK CAFÉ
Registro concedido (clase 42)

JARRO DE CAFÉ
Expediente en Trámite (clase 42)



The image shows a comparison between a commercial notice and the LOE's logo. On the left is a photograph of a storefront with a sign that says 'LOE ZAPATOS'. Below it is the text: 'Nombre Comercial Publicado: "LOE ZAPATOS"'. On the right is the 'LOE's' logo in large blue letters. Below it is the text: 'Expediente de Marca en trámite (clase 25 y 42)'. A large 'VS' is placed between the two.

Nombre Comercial Publicado: "LOE ZAPATOS"

Expediente de Marca en trámite (clase 25 y 42)

Marcas idénticas o semejantes a un aviso comercial



Marcas **similares** a marcas **conocidas**



Tu trámite

Costo con IVA

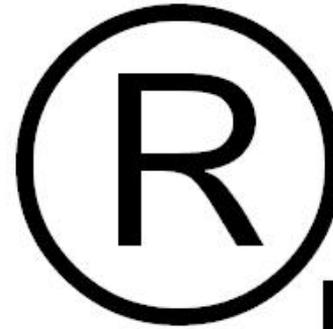
2,851.04 año 2017

Entrega de resultados

6 meses

NO OLVIDES .

Siempre deberás colocar este símbolo



MR

TM

SM



Conclusión

La propiedad intelectual es el activo intangible más importante por el cual una empresa te pagar un servicio de diseño, pero más importante es enfatizar que solo al registrar demostrarás que esa creación es tuya.

Recuerda toda invención es un capital para alguien, evita el plagio.



Bibliografía

De Pablos, H. ,, López-Hermoso, A. J., Martín-Romo, R. S., Medina, S. ,, Montero, N. ,, & Nájera, S. ,. (2008). *Dirección y gestión de los sistemas de información en la empresa*. Madrid, España: Esic Editorial.

Impi, (2017) ley de la propiedad Intelectual libro digital pp. 154 – 178

Leiro, R. J. (2006). *Diseño, estrategia y táctica*. Buenos Aires, Argentina: Infinito.

Rodríguez, M. L. (2006). *Diseño, estrategia y táctica*. México: Siglo XXI.

Porter, M (2000) *Estrategía Competitiva, Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria, pp. 19

Salazar, E. Martín de Castro, G. y López, P (2014) *Capital Intelectual una propuesta para clasificarlo y medirlo*. Academia. Revista Latinoamericana de Administración Segundo semestre. No. 037. Universidad de los andes Bogotá, Colombia pp- 1 – 16.

Stewart, T. y Slovar M. (2012) *America´s Most Admited Companies*. Artículo de la Revista Fortune. 09/02/2009 Vol. 137. No. 4, pp. 70

Bibliografía



Mesografía

Derecho de Autor

<http://www.indautor.gob.mx> Acceso: 6 de Octubre de 2017

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

<http://www.indautor.gob-mx> Acceso: 8 de Octubre de 2017

**Siga, <http://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>
Acceso: 6 Octubre 2017**





claudiaa_bernal@hotmail.com

Gracias..



IV: Escalas de Verificación



1	La portada presenta datos de identificación suficientes y adecuados.	Si
2	Cuenta con un sistema de almacenaje con dimensiones y materiales adecuados.	Si
3	La colección del material es original o inédita	Si
4	Claridad adecuada y composición sugestiva	Si
5	El tamaño de su proyección es leíble u observable.	Si
6	La colección del material responde a una parte o la totalidad del programa de estudios de la UA.	Si
7	La cantidad de láminas es adecuada para el tema que ilustra.	Si
8	La cantidad de texto, imágenes u otros elementos permite su lectura u observación	Si
9	Los títulos representan el tema que ilustra el material.	Si
10	El empleo de tablas, gráficas o imágenes es claro	Si
11	Combinación adecuada de colores que facilita la claridad.	Si
12	Los contenidos son significativos y actuales para los temas que ilustran	Si
13	La estructura y secuencia del material es congruente con la temática de la UA	Si
14	Las imágenes, figuras y textos sintetizan las ideas centrales a desarrollar	Si
15	Los textos son breves, claros, originales, concisos y expresivos	Si
16	El lenguaje es sencillo; se expresan las ideas centrales	Si
17	El formato y estilo de la presentación es uniforme	Si
18	Incluye apartado de referencias con datos sobre la fuente de obtención de los elementos.	Si
19	Incluye un guion explicativo para el empleo del material, con relación a los objetivos y contenidos del curso.	Si
20	Presenta un mínimo de 30 piezas para el caso de diapositivas, acetatos y fotografías	Si



V: Ubicación de la Unidad de Aprendizaje



MAD. Claudia Araceli Bernal Silva
Docente de la Licenciatura en Diseño Industrial

DISEÑO INDUSTRIAL	BASES PARA EL DISEÑO 3 6 9 12	DISEÑO DE OBJETOS SIMPLES 3 6 9 12	DISEÑO DE OBJETOS COMPLEJOS 3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS 3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS ESPECIALIZADOS 3 6 9 12	DISEÑO DE FAMILIA DE PRODUCTOS 3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS SISTEMICOS 3 6 9 12	PROYECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL (BILINGÜE) 3 6 9 12	INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO INDUSTRIAL 0 4 4 4
FILOSOFÍA Y SOCIOLOGÍA	PENSAMIENTO LÓGICO MATEMÁTICO 2 2 4 6	SOCIEDAD Y CULTURA 2 2 4 6	EVOLUCIÓN DE LOS OBJETOS 2 2 4 6	ERGONOMÍA I 2 4 6 8	ERGONOMÍA II 0 6 6 6	ESTETICA 4 0 4 8	SEMIOITICA 4 0 4 8	SUSTENTABILIDAD DEL DISEÑO INDUSTRIAL 2 2 4 6	GESTIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL 0 6 6 6
ERGONOMÍA									
ECOLOGICA									
ECONOMICA ADMINISTRATIVA	INGLES 5 2 2 4 6	INGLES 6 2 2 4 6	INGLES 7 2 2 4 6	INGLES 8 2 2 4 6	MERCADO Y CONSUMO 0 6 6 6	ESTRUCTURACION DE PROYECTOS DE DI 2 2 4 6	PRODUCCION ARTESANAL 2 2 4 6	PRODUCCION INDUSTRIAL 2 4 6 8	
CIENCIA DE MATERIALES	MATERIALES Y PROCESOS PARA EL DISEÑO 0 4 4 4	TEORIA Y PRACTICA DE ENVASE Y EMBALAJE 2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE MADERAS 2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE PLASTICOS 2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE CERAMICA Y VIDRIO 2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE METALES 2 4 6 8			
COMUNICOCLOGIA	REPRESENTACIÓN BIDIMENSIONAL DE CONCEPTOS 0 4 4 4	REPRESENTACIÓN BIDIMENSIONAL DE OBJETOS 0 4 4 4	REPRESENTACIÓN TRIDIMENSIONAL DE PRODUCTOS 0 6 6 6	REPRESENTACIÓN INTEGRAL DE PRODUCTOS 0 4 4 4	FISICA Y SISTEMAS APLICADOS AL DISEÑO INDUSTRIAL 2 2 4 6	ANIMACIÓN ASISTIDA 0 4 4 4	MATRICES DE SIMULACIÓN 0 4 4 4	FOTOGRAFIA 0 6 6 6	PROTOTIPAJE ASISTIDO 0 4 4 4
AREAS DISCIPLINARIAS	GEOMETRIA 0 4 4 4	DIBUJO TECNICO 0 4 4 4	DIBUJO TECNICO ASISTIDO 0 4 4 4	MODELADO ASISTIDO RENDERIZADO 0 4 4 4	TEMAS SELECTOS DE DISEÑO 0 4 4 4	TEMAS SELECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL 1 0 4 4 4	TEMAS SELECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL 2 0 4 4 4	TEMAS SELECTOS MULTIDISCIPLINARIOS 0 4 4 4	
	PERIODO 1 4	PERIODO 2 8	PERIODO 3 8	PERIODO 4 8	PERIODO 5 6	PERIODO 6 7	PERIODO 7 7	PERIODO 8 6	
	NÚCLEO BÁSICO				NÚCLEO ESPECIALIZADO				

MAD. Claudia Araceli Bernal Silva
 Docente de la Licenciatura en Diseño Industrial

