

SCIT.ATR.TM.2003.AR

Annual Technical Report 2003 on Trademark Information Activities submitted by Argentina (SCIT/ATR/TM/2003/AR)

Si se precisa hacer referencia a URL, es preferible optar por URL que se prevean duraderos (tres años o más) o por URL de página principal, proporcionándose una breve explicación sobre la forma de acceder a la información correspondiente.

I. Evolución de las actividades de registro

Ingresos de marcas 2002: 42.846 Registros efectuados 2002: 52.688
Ingresos de marcas 2003: 81.092 Registros efectuados 2003: 56.263

Respecto de los ingresos se verificó un incremento de aproximadamente 90%, y en relación a los registros un aproximado de 7 % de aumento.

II. Cuestiones relativas a la creación, reproducción y distribución de fuentes secundarias de información sobre marcas, por ejemplo, boletines oficiales en materia de marcas

Las solicitudes de marcas se ponen en conocimiento del público en general a través del Boletín y pueden ser consultadas por cualquiera a través del propio expediente o por información virtual. En caso que la persona tenga su domicilio alejado de la Oficina de Marcas, la información es enviada por mail o por fax. El Boletín se publica semanalmente, y contiene las solicitudes de marcas nuevas. El Boletín de Marcas de encuentra disponible en formato electrónico en la página Web del INPI (www.inpi.gov.ar). Asimismo en dicho sitio web, el INPI publica los listados que contienen las solicitudes de renovación y todas las disposiciones finales emanadas de la Dirección de Marcas (concesiones, abandonos, desistimientos, denegatorias, nulidades, caducidades). Por otra parte, se dispusieron modificaciones a la normativa marcaría por las cuales determinadas decisiones de la Dirección se notifican a través de Boletín. Durante el año 2003 se editaron 2 Boletines de ese tenor, notificándose caducidades, abandonos y nulidades.

III. Cuestiones relativas a la clasificación, la reclasificación y la indexación de la información en materia de marcas

- En el año 1981 el INPI estableció el nomenclador aptado por la Clasificación Internacional de Productos y Servicios de Niza, a partir del 1º de Abril de 2002 es utilizada la 8va Edición de la Clasificación. A raíz de la modificación a la normativa marcaría antes mencionada, los productos y servicios serán clasificados de acuerdo con las pautas emergentes de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios aprobada por la OMPI.
- La Clasificación Internacional de Elementos Figurativos de Marcas de Viena no es utilizada por nuestra oficina.
- Los solicitantes se encuentran obligados, en principio, a utilizar los términos previamente definidos de la Clasificación de Niza, 8va Edición, versión en español.
- La búsqueda de antecedentes a fin de informar al público en general respecto de la disponibilidad del signo pretendido, se efectúa gratuitamente por términos genéricos, y arancelada si se trata de una búsqueda fonética, en ambos casos en la base de datos del INPI.

IV. Creación y mantenimiento de expedientes de búsqueda manual de marcas

- La Oficina de Marcas utiliza un sistema informático de búsqueda, por número de expediente, por número y tipo de disposición, por denominación marcaría, y por titular.
- Los expedientes físicos, una vez concluidos, se mantienen en el sector de Archivo ordenados numéricamente por tipo de disposición, siendo recuperados manualmente con debida constancia en el sistema informático.

V. Actividades en el ámbito de los sistemas informatizados de búsqueda de marcas

- Cada solicitud, como así las actuaciones concernientes al expedientes, son ingresadas al sistema informático. La totalidad de la información referida se encuentra a disposición del público una vez que la solicitud ha sido publicada. Este sistema facilita el estudio de los expedientes de marcas.
- El servidor utilizado es un ENTERPRISE ULTRA 450 (SUN). La Dirección de Marcas cuenta asimismo con 60 PC`s y 8 Terminales. La Base de Datos es INFORMIX, con soporte sobre un sistema de OPERACIÓN UNIX.
- Todo el sistema corre sobre una red ATM. Se dispone de conexión con otras bases de datos a través de Internet.

VI. Administración de los servicios de marcas disponibles al público (por ejemplo, para la presentación de solicitudes, el registro de marcas, la asistencia a los usuarios en los procedimientos de búsqueda, la obtención de publicaciones oficiales y de extractos del registro)

- El Sector Informes proporciona al público búsqueda de antecedentes respecto de la disponibilidad del signo pretendido, se efectúa gratuitamente por términos idénticos, y arancelada por búsqueda fonética.
- Las colecciones de Boletines de solicitudes y la revista Anual conteniendo las concesiones y otras resoluciones definitivas son conservadas en la Biblioteca del INPI y se encuentran a disposición del público.
- Actualmente se encuentra disponible una página del INPI en Internet, donde se brinda información general respecto de los trámites de registración y se pueden obtener los formularios de solicitud pertinentes.

VII. Cuestiones relativas al intercambio de documentación e información en materia de marcas

- La Oficina de Marcas mantiene intercambio de información con la OMPI, la OAMI, y con otras oficinas nacionales en el ámbito del MERCOSUR.
- Usualmente se recibe información actualizada respecto de nuevas clasificaciones de productos y/o servicios y documentos relativos a la legislación internacional.

VIII. Cuestiones relativas a la educación y formación, incluida la asistencia técnica a los países en desarrollo

- El INPI es invitado anualmente a participar en los seminarios organizados por OMPI, junto con otras Oficinas. Los profesionales que trabajan aquí participan de seminarios aludidos, transmitiendo luego los conocimientos adquiridos al resto del personal del instituto.
- Asimismo se desarrollan talleres en el INPI organizados conjuntamente con la OMPI, para el personal y Agentes de la propiedad industrial.
- El personal de la Dirección de Marcas más capacitado, se encarga de organizar y dictar cursos de actualización en materia de estudio de fondo de marcas y clasificación de productos y servicios.

IX. Otras cuestiones pertinentes