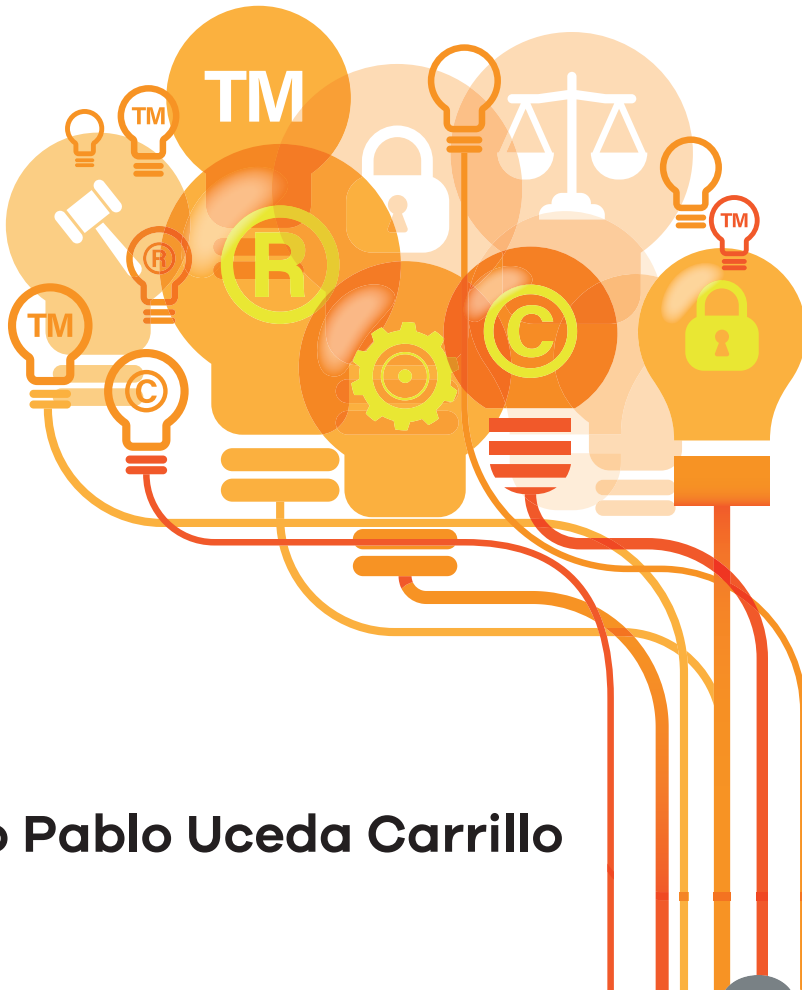


# MANUAL PRÁCTICO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Cómo proteger la innovación sin  
perder la paciencia



**Pedro Pablo Uceda Carrillo**

Administración

# MANUAL PRÁCTICO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

**Cómo proteger la innovación sin  
perder la paciencia**

**Pedro Pablo Uceda Carrillo**



**edü**<sup>®</sup>  
Conocimiento a su alcance  
BOGOTÁ - MÉXICO, D.F.

Uceda Carrillo, Pedro Pablo

Manual práctico de propiedad industrial. Cómo proteger la innovación sin perder la paciencia / Pedro Pablo Uceda Carrillo -- 1a. edición. Bogotá : Ediciones de la U, 2026  
168 p. ; 24 cm.

ISBN 978-628-7912-65-6 e-ISBN 978-628-7912-66-3

1. Administración 2. Innovación 3. Protección de marca 4. Diseño industrial I. Tít.  
629 ed. Thema: TBC

Edición original publicada por © Fundación Confemetal (España)  
Edición autorizada a Ediciones de la U de Colombia

Área: Administración

Primera edición: Bogotá, Colombia, julio de 2026

ISBN. 978-628-7912-65-6

© Pedro Pablo Uceda Carrillo

© Fundación Confemetal Editorial. Príncipe de Vergara, 74 - 28006, Madrid  
Tel. (91) 7823630 - Fax (91) 5631741

www.fundacionconfemetal.com / E-mail: editorial@fundacionconfemetal.es  
Madrid, España

© Ediciones de la U - Carrera 27 #27-43 - Tel. (+57) 601 6455049

www.edicionesdelau.com - E-mail: editor@edicionesdelau.com  
Bogotá, Colombia

Ediciones de la U es una empresa editorial que, con una visión moderna y estratégica de las tecnologías, desarrolla, promueve, distribuye y comercializa contenidos, herramientas de formación, libros técnicos y profesionales, e-books, e-learning o aprendizaje en línea, realizados por autores con amplia experiencia en las diferentes áreas profesionales e investigativas, para brindar a nuestros usuarios soluciones útiles y prácticas que contribuyan al dominio de sus campos de trabajo y a su mejor desempeño en un mundo global, cambiante y cada vez más competitivo.

Coordinación editorial: Daniela Parra G.

Carátula: Ediciones de la U

Impresión: DGP Editores SAS

Calle 63 #70D-34, Pbx. (+57) 601 7217756

Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro y otros medios, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

## ÍNDICE

<b>Sobre el autor</b> .....	11
<b>Propósito y enfoque de esta guía</b> .....	13
<b>CAPÍTULO 1.</b>	
<b>¿POR QUÉ PROTEGER LA INNOVACIÓN?</b> .....	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
<b>CAPÍTULO 2.</b>	
<b>OTRAS FORMAS DE PROTECCIÓN FUERA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL</b> .....	33
2.1. Secreto empresarial .....	35
¿Qué conviene mantener como secreto industrial? .....	36
2.2. Ser el primero en el mercado .....	37
<b>CAPÍTULO 3.</b>	
<b>¿QUÉ ES UNA MARCA REGISTRADA?</b> .....	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.**

<b>¿QUÉ ES UN DISEÑO INDUSTRIAL?</b> .....	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.**

<b>PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS INVENCIONES</b> .....	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
<b>En resumen: lo esencial de la propiedad industrial .....</b>	<b>147</b>
<b>Reflexiones finales sobre la propiedad industrial .....</b>	<b>153</b>
<b>Centros y servicios de apoyo en propiedad industrial .....</b>	<b>157</b>
<b>Agradecimientos.....</b>	<b>163</b>
<b>Contenidos extra .....</b>	<b>167</b>

*A Toñi, Lucía y Sergio, por ser la razón para que  
todo tenga sentido cada mañana.*

*A Asunción, María Luisa y Rocío,  
por ayudarme a ser quien soy.*



## Sobre el autor

Pedro Pablo Uceda Carrillo es técnico de la Gerencia Provincial en Jaén de Andalucía TRADE (antes Agencia IDEA), la Agencia de Desarrollo Regional de la Junta de Andalucía. Inició su trayectoria en 1999, cuando la entidad aún se denominaba Instituto de Fomento de Andalucía. En 2002, con la firma del Convenio de Colaboración con la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), comenzó a prestar servicios como Centro Regional para trámites de propiedad industrial. Desde entonces ha atendido de forma continuada consultas sobre registros y procedimientos de propiedad industrial.

En 2014 se incorporó a la red de EU IP Helpdesk Ambassadors —iniciativa de la Comisión Europea integrada en la Enterprise Europe Network (EEN)—, que promueve el uso estratégico de la propiedad intelectual e industrial entre pymes, emprendedores e instituciones mediante formación, asesoramiento básico y recursos adaptados.

Desde 2022 ejerce como *Chair* del Grupo Temático de Propiedad Intelectual e Industrial de la EEN, coordinando actividades formativas, mesas temáticas en conferencias nacionales y europeas y la colaboración entre miembros de la red. Mantiene relación constante con organismos como la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) y la Oficina Europea de Patentes (EPO).

Con más de veintidós años de experiencia, su trabajo ha evolucionado desde la tramitación administrativa hasta el diseño de estrategias de protección —frecuentemente con alcance internacional— para empresas innovadoras. Su enfoque se centra en acercar los fundamentos de la propiedad industrial de forma comprensible, útil y operativa.

Contacto en redes:

LinkedIn: Pedro Pablo Uceda Carrillo

Instagram: @ppucedac

X: @ppucedac



## Propósito y enfoque de esta guía

Muchos autores finalizan sus libros con un agradecimiento al lector que ha llegado hasta la página final. Yo quiero hacerlo al revés y comienzo con un enorme «gracias» a ti, lector, por tu interés y tu atención. La lectura de esta guía ya tiene su mérito, no solo por la amplísima oferta editorial que llena las estanterías de librerías y plataformas digitales, sino también porque estoy seguro de que la propiedad industrial no figura entre los diez temas más demandados, quizá ni siquiera entre los cien.

Cuando me pidieron asumir el servicio de propiedad industrial en Jaén no tenía claro dónde me metía. Aquella decisión abrió un camino apasionante y me permitió descubrir oportunidades profesionales —entre ellas, escribir esta guía— que no había imaginado. Desde entonces he aprendido dos cosas esenciales:

**1**

La propiedad industrial es clave dentro de la cadena de valor de una empresa (y si no se gestiona bien casi seguro que habrá problemas).

**2**

No hace falta convertirla en un laberinto opaco: entender bien las herramientas básicas permite decidir mejor, gastar mejor y proteger mejor.

Esta guía no pretende descubrir nada nuevo para quien ya domina la materia. Su propósito es recopilar, ordenar y sintetizar lo esencial: qué títulos existen (marcas, patentes, diseños, etc.), para qué sirven, cuándo conviene usarlos y qué costes y resultados cabe esperar. Mi compromiso es evitar tecnicismos innecesarios y explicar lo imprescindible con ejemplos y criterios prácticos.

Por supuesto, contar con profesionales especializados es imprescindible —nadie debería gestionar íntegramente, y menos litigar, un título sin apoyo experto—. Pero disponer de una visión global y de conocimientos mínimos te permitirá tomar mejores decisiones, pedir mejor ayuda y planificar con sentido.

Si tu interés nace por un problema concreto, por el miedo a que te copien o por simple curiosidad, piensa en esta guía como una «piedra Rosetta»: conocer bien las herramientas disponibles y cuándo utilizar cada una. Si consigo hacerte el camino más sencillo y ameno, el objetivo estará cumplido. Y, si en algún momento necesitas aclarar dudas, estaré encantado de ayudarte.

Gracias de nuevo por estar aquí. Buen viaje.

**CAPÍTULO 1.**  
**¿POR QUÉ PROTEGER LA**  
**INNOVACIÓN?**



## 1.1. DEFINICIONES Y FALSAS CREENCIAS EN TORNO A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Para empezar con una definición clara, y según la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), la propiedad industrial es el derecho exclusivo que ostenta una persona física o jurídica sobre una invención, un signo distintivo o un diseño industrial. Esta tipología constituye los tres pilares fundamentales de protección:

- **Marcas y nombres comerciales.** Protegen los signos distintivos que identifican productos o servicios en el mercado. Además de las marcas tradicionales, la normativa actual permite registrar nuevas tipologías como las marcas tridimensionales, de posición, de patrón, de color, sonoras, de movimiento, multimedia y de holograma.
- **Diseños industriales.** Salvaguardan la apariencia externa u ornamentación, tanto de la totalidad de los productos como de una parte de los mismos, ya sea bidimensional o tridimensional.
- **Patentes y modelos de utilidad.** Protegen invenciones tecnológicas referidas a procedimientos, aparatos o productos nuevos con actividad inventiva y aplicación industrial, así como sus mejoras o perfeccionamientos.

Existen, además, vías específicas de protección, como las topografías de semiconductores o las variedades vegetales, que se mencionan aquí y se desarrollan más adelante.

También existen otras figuras de protección como las Indicaciones Geográficas (IG) y las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), que no se conceden a un solicitante individual, sino a un colectivo de productores o entidades que elaboran productos con cualidades, reputación o características vinculadas a un origen geográfico concreto. Estas figuras garantizan la autenticidad del producto y su relación con