

# ÍNDICE

47. Formas de protección	28
48. Sanciones penales	30
49. Situaciones que dan lugar a la aplicación de multas	30
50. Acciones civiles	30
51. Transmisión de las acciones	30
52. Acción de cesación	30
53. Prohibiciones de registro de marcas comerciales	30
54. Excepciones a las prohibiciones de registro	30
55. Marcas de los Estados, de las organizaciones internacionales y de los servicios públicos estatales	30
1. Introducción	7
<i>Capítulo I</i>	
<b>ASPECTOS GENERALES DE LAS MARCAS COMERCIALES</b>	
2. Concepto de marca comercial	11
3. Características de la marca comercial	14
4. Funciones de la marca comercial	17
5. La marca comercial como patrimonio estratégico	20
6. Función jurídica de la marca comercial	21
7. Legislación chilena sobre marcas comerciales	21
8. Alcance territorial de la legislación nacional de marcas	23
9. Marcas de productos	24
10. Marcas de servicios	25
11. Marcas de establecimientos industriales y comerciales	26
12. Marcas de frases de propaganda	26
13. Clases de marcas	27
14. Marca denominativa, gráfica, tridimensional y mixta	28
15. Clasificación de las marcas según su objeto	29
16. Marca de fábrica o industrial y marca comercial	30
17. Marca individual y colectiva	30
18. Marca principal y derivada; marca de garantía, marca defensiva y marca de reserva	30
19. Marca notoria y marca renombrada	31

*Capítulo II*

**RÉGIMEN JURÍDICO DE LAS MARCAS COMERCIALES**

**Sección I**

*Derecho de marca y su adquisición*

20. Objeto de la marca comercial .....	33
21. Prohibiciones de registro de marcas comerciales .....	33
22. Los escudos, las banderas u otros emblemas, las denominaciones o siglas de cualquier Estado, de las organizaciones internacionales y de los servicios públicos estatales .....	34
23. Prohibición de registro según el objeto a que se refieren las marcas .....	36
24. El nombre, el seudónimo o el retrato de una persona natural .....	37
25. Las que reproduzcan o imiten signos o punzones oficiales ...	40
26. Las expresiones empleadas para indicar género, naturaleza, origen .....	41
27. Las que se presten para inducir a error o engaño .....	44
28. Las marcas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen .....	46
29. Aquellas marcas que puedan confundirse con otras ya registradas .....	52
30. La forma o color de los productos o de los envases .....	54
31. Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen .....	55
32. Las contrarias al orden público, a la moral o las buenas costumbres .....	57
33. El procedimiento de registro de marca .....	60
34. Control de admisibilidad de la solicitud de registro de marca .....	62
35. La oposición a la solicitud de registro de marca .....	64
36. Los derechos y la protección que brinda la marca .....	65
37. Contenido del derecho que confiere la marca .....	67
38. El derecho de marcas como especie de derecho de la competencia leal .....	70
39. Transmisión y cesión de los derechos de la marca comercial ..	72
40. Nulidad de la marca comercial .....	73
41. Competencia y procedimiento .....	73
42. Corrección de errores de hecho .....	74
43. Recursos de apelación y casación en el fondo .....	74
44. Causales de nulidad de la marca .....	75
45. Nulidad de transferencia de marcas comerciales .....	77
46. Prescripción de la acción de nulidad .....	79

Sección II

*La protección de la marca comercial*

47. Formas de protección .....	80
48. Sanciones penales .....	81
49. Situaciones que dan lugar a la aplicación de multas .....	81
50. Acciones civiles que protegen la marca comercial .....	83
51. Tramitación de las acciones .....	83
52. Acción de cesación .....	83
53. Acción de indemnización .....	83
54. Exoneración de responsabilidad por daños y perjuicios .....	84
55. Medidas precautorias .....	84
56. Medidas prejudiciales .....	85
57. Órganos competentes en materia de marcas .....	85
58. Tribunal de Propiedad Industrial .....	86

*Capítulo III*

MARCAS COMERCIALES Y LOS NOMBRES  
DE DOMINIO EN INTERNET

59. Ideas generales .....	89
60. Uso de marcas en Internet .....	90
61. La protección de las marcas y el uso de ellas en Internet .....	91
62. Conflictos de marcas comerciales en Internet .....	92
63. Distribución de productos de marca en Internet .....	93
64. Dilución de la marca comercial y la competencia desleal .....	94
65. Marcas comerciales versus nombre de dominio .....	97
66. Noción de nombre de dominio .....	97
67. Clasificación de los nombres de dominio .....	98
68. El conflicto de marcas y nombres de dominio .....	99
69. Conflictos basados en legítimos derechos .....	103
70. Conflictos basados en la violación de derechos de terceros ..	105
71. Sistema chileno de solución de conflictos de nombres de do- minio .....	108
72. Derecho comparado sobre solución de conflictos de nombre de dominio. Sistema estadounidense .....	114
73. Normativa de Colombia .....	115
74. Derecho argentino sobre la materia .....	117
75. Sistema administrativo de solución de conflictos de la OMPI .	118

76. Soluciones propuestas por otras instituciones .....	122
77. Conclusiones .....	123

**ANEXOS:**

<i>Anexo N° 1.</i> Texto refundido de la Ley N° 19.039 sobre Propiedad Industrial, después de la reforma introducida por la Ley N° 19.996 de 11 de marzo de 2005 .....	127
<i>Anexo N° 2.</i> Texto del nuevo Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial .....	189
<i>Bibliografía</i> .....	223