

Fecha: 31-07-2025
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
 Tipo: Noticia general
 Título: Registros de marcas retratan nuevas tendencias de emprendimientos: irrumpen comercio digital y tecnología

Pág.: 5
 Cm2: 587,4
 VPE: \$ 7.716.296

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

O.P.

El registro de la marca de podcast “¿Cómo están los weones?”, que ocasionó la ruptura entre el conductor de televisión Daniel Fuenzalida y la creadora de contenido Rosario Bravo, es solo uno de los miles que anualmente se realizan en Chile. En el primer semestre de este año, las inscripciones en las categorías de educación, comercio digital y tecnología marcan un predominio.

El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi) explica que la principal característica de una marca es su naturaleza distintiva, es decir, debe ser capaz de distinguirse de otras que existan, con el fin de que el consumidor diferencie un producto y/o servicio de otro de la misma especie o idénticos que existan en el mercado. Así, se puede inscribir cualquier palabra o expresión, nombres, seudónimos, letras, números, imágenes, símbolos, gráficos y hasta combinación de colores. También una frase de propaganda o publicidad, siempre y cuando esté asociada a una marca.

Según cifras del Inapi, durante el primer semestre de 2025, las solicitudes de marcas multiclase alcanzaron las 22.132 (ver gráfico), lo que para la institución muestra una tendencia al alza en los últimos seis años, aunque con ciertas fluctuaciones. El peak de 50.079 peticiones se anotó en 2021, cuando todavía arreciaba la pandemia.

Esteban Figueroa, director del Inapi, destaca que “el crecimiento en los últimos años de las solicitudes multiclase refleja una mayor sofisticación por parte de quienes emprenden y desarrollan negocios en Chile. Esta herramienta permite proteger una misma marca en distintas áreas de actividad, lo que resulta clave en un entorno donde las empresas tienden a diversificar sus productos y servicios desde etapas tempranas”.

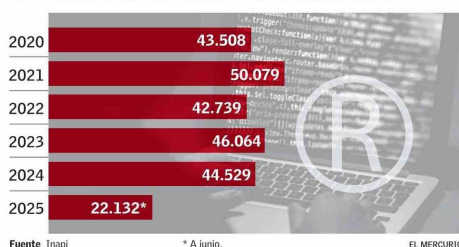
La abogada Mariela Ruiz Salazar explica que el registro de marcas no se limita a quienes ejercen una actividad económica

Las cifras oficiales muestran evolución en los últimos seis años

Registros de marcas retratan nuevas tendencias de emprendimientos: irrumpen comercio digital y tecnología

Las inscripciones no solo se limitan a quienes ejercen una actividad económica. Para evitar conflictos, experta recomienda realizar el trámite en forma temprana para resguardar los derechos sobre una determinada creación.

Solicitudes de marcas multiclase



Fuente: Inapi

* A junio.

EL MERCURIO

ca. “En Chile, cualquier persona natural o jurídica puede registrar una marca, incluso si aún no ha iniciado actividades comerciales. Es muy común que emprendedores, artistas, creadores

si se abarca más de una clase.

Durante el primer semestre de 2025, según las estadísticas del Inapi, la clase que abarca servicios de publicidad y gestión de negocios encabezó la lista, con 4.441 solicitudes de registro (ver gráfico). Le siguieron la categoría de educación, formación, entretenimiento, actividades deportivas y culturales, con 2.998 peticiones, y el grupo de servicios científicos y

MÁXIMO PANDEMICO
 El peak de 50.079 peticiones de registro de marcas se anotó en 2021, cuando todavía arreciaba la pandemia.

Las categorías más demandadas

El costo de inscripción ante el Inapi es de 3 UTM (alrededor de \$207.000), lo que puede variar

tecnológicos, con 1.859 solicitudes.

Para el Inapi, estas cifras evidencian el dinamismo de sectores vinculados al comercio digital, la educación, la tecnología y

¿En qué áreas inscriben sus marcas los chilenos?

Clases más solicitadas en 2025 (enero-junio)		Solicitudes
1	(35) Publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina.	4.441
2	(41) Educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales.	2.998
3	(42) Servicios científicos y tecnológicos, investigación y diseño, servicios informáticos.	1.859
4	(09) Aparatos e instrumentos científicos, ópticos, de medida, señalización, control, navegación, equipos informáticos	1.757
5	(25) Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrería.	1.373
6	(43) Servicios de restauración (alimentación), hospedaje temporal.	1.331
7	(05) Productos farmacéuticos, veterinarios y sanitarios, alimentos dietéticos, desinfectantes	1.328
8	(44) Servicios médicos, servicios veterinarios, servicios de higiene y belleza, servicios de agricultura	1.280
9	(37) Servicios de construcción, servicios de reparación, servicios de instalación.	1.157
10	(36) Seguros, asuntos financieros, asuntos monetarios, asuntos inmobiliarios	976

(...) Corresponde al número de clase, según el Clasificador Internacional de Niza.

Fuente: Inapi

EL MERCURIO

el bienestar, que reflejan las tendencias actuales de emprendimiento en Chile. Figueroa afirma que “el predominio de clases vinculadas a servicios como la educación, el desarrollo tecnológico, la gastronomía o el comercio digital muestra que la economía chilena está girando hacia actividades basadas en el conocimiento y la diferenciación. Es una señal alentadora del dinamismo de los sectores que impulsan el valor agregado desde la creatividad y la innovación”.

¿Qué hacer en caso de conflicto?

Para evitar que el registro de

una marca se transforme en un problema como le ocurrió a la exduple Fuenzalida-Bravo —cuando él registró el nombre del podcast sin informarle previamente a ella— la recomendación de los expertos es que todo emprendedor o creador debe inscribir su marca tempranamente.

En el caso de que no lo haya hecho oportunamente y que un tercero registre el nombre, hay una serie de herramientas legales a las que se puede recurrir, explica la abogada Ruiz Salazar.

La especialista señala que quienes han utilizado de manera continua una marca no registrada pueden oponerse a la inscripción

que efectúe un tercero, “siempre que acrediten ser sus verdaderos creadores con pruebas sólidas”. En el evento de que la marca ya haya sido inscrita, también es posible presentar una acción de nulidad para dejar sin efecto el registro.

“Estas acciones judiciales son lentas y, en muchos casos, esto obliga al creador de la marca a dejar de utilizarla durante un tiempo prolongado, mientras el titular registral sigue obteniendo beneficios de su uso. Por eso es tan importante que quien crea una marca o frase la inscriba desde el inicio, evitando así problemas futuros”, remarca la abogada.