

## CUESTIONARIO 1

**1. Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa...**

Crea, capta y proporciona valor

**2. Segmentos de mercado(?)**

Modelo de ingreso y propuesta de valor específica

**3. “El modelo de ingreso está relacionado al segmento de mercado”**

**4. ¿Cuál es la función de los canales?**

**a. Informar - testear – comprar**

b. asociar, proyectar, licenciar.

c. diversificar, expandir, dirigir

d. producir, asociar, licenciar.

**5. Las relaciones clientes tienen como una de sus funciones principales**

Captar, fidelizar y aumentar operaciones

**6. ¿Qué tipos de relación cliente existen además de la “asistencia personal”?**

Asistencia personal exclusiva, Autoservicio, Servicios automáticos, Comunidades, Creación colectiva

**7. ¿En qué casos no estamos necesariamente ante segmentos de clientes diferentes?**

(Ninguna era correcta)

**8. Dentro del módulo de estructura de costos, ¿cuales dos amplias clases de estructura de costos se puede distinguir?**

Según valor, con la creación de un valor a partir de servicios personalizados y propuesta de valor premium/ según costes, con una propuesta de valor de bajo precios y mantiene una estructura de costos lo más reducida posible.

**9. Dentro de la propuesta de valor, existe un diferencial que consiste en poner a disposición de clientes productos y servicios a los que antes no tenían acceso. ¿de qué valor (valor, atributo o diferencial de propuesta de valor) estamos hablando?**

Accesibilidad

## CUESTIONARIO 2

**1. La Propiedad Intelectual se compone del Derecho de Autor y de la Propiedad Industrial , las dos ramas que la integran: Verdadero/ Falso [V]**

**2. Donde se considera relevante la Propiedad Intelectual dentro de un Modelo de Negocio?**

**a. En la Propuesta de Valor, Canales y Relación cliente.**

b. En las actividades claves, estructuración de costos y Modelo de Ingreso

**3. Las relaciones Clientes tienen como una de sus funciones principales:**

**a. Captar, Fidelizar y Aumentar las operaciones.**

b. Mejorar, Solucionar y Satisfacer la relación.

c. Contabilizar, Clasificar y Gestionar las formas de pago

**4. Si creas una marca pero no la registras: No eres dueño de la Marca**

**5. La hibridación en la Propuesta de Valor:**

**a. Comprende la suma de Tangibles e Intangibles del diseño**

b. Comprende la suma de Productos y Servicios Complementarios.

c. Comprende la suma de Productos de Diseño y Propiedad Intelectual.

6. La palabra “intangibles” hace referencia a intangibles básicos e intangibles sutiles. Los Intangibles BÁSICOS son: La marca, el Ropaje comercial y Know How.

7. La palabra intangibles hace referencia a intangibles básicos e intangibles sutiles. Los Intangibles SUTILES del ejemplo expresado con “Angrybirds” del artículo sobre “Sobre la hibridación de valor” podrían ser:

El bien contra el mal, los caracteres de los personajes y el efecto de la física en los personajes.

8. Las alianzas Horizontales se dan: Entre empresas competidoras

### CUESTIONARIO 3

1. Si forma de un producto permite que sea registrado como marca no tradicional entonces:

La forma debe tener capacidad distintiva

2. ¿Cuánto tiempo dura la protección de una marca?: Se renueva cada 10 años sin límites de veces de renovación.

3. Para poder registrar mi marca en el exterior debo: Iniciar el registro en el país de mi interés, contemplado en el convenio de París, dentro de los 6 meses de iniciado en Argentina.

4. ¿Qué es una Marca?: Un signo con capacidad distintiva

5. El derecho de autor requiere originalidad para ser contemplado. La Marca, en cambio, requiere: capacidad distintiva

6. ¿Qué pasa si la marca se encuentra registrada en un rubro diferente al que yo lo quiero hacer?: Si la marca ya se encuentra registrada en INPI y vigente pero no en la clase que busco, puedo hacer mi solicitud de registro.

7. Cuando se registra una marca: Cada solicitud de marca cubre una clase de productos y/o servicios.

8. De las siguientes, cuáles son marcas no tradicionales: Marcas olfativas, sonidos, ropaje comercial.

### CUESTIONARIO 4

1. Las principales marcas no tradicionales son: sonora, olfativa, tridimensional

2. Cuando se registra una marca: Cada solicitud de marca cubre una clase de productos y/o servicios

3. Como obtengo el derecho exclusivo sobre una marca?: Con su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial

4. Una marca representada por una ilustración de un ladrillo de LEGO, no

**protege al ladrillo de LEGO:** Verdadero/ Falso [V]

**5. Si creas una marca pero no la registras:** No eres dueño de la Marca

**6. Un registro de marca puede solicitarse por 10 años y solicitarse su renovación hasta por 3 periodos consecutivos:** Verdadero/ Falso [F]

**7. Una marca de posición hace referencia a:** la ubicación específica de una construcción visual con capacidad distintiva

**8. ¿Se puede usar la marca antes de que sea registrada?:** Si, pero este uso no constituye el derecho sobre esa marca porque el derecho se obtiene con el registro.

### **CUESTIONARIO 5**

**1. Tiempo de protección y territorialidad del derecho de autor**

Toda la vida y 70 años después de la muerte / Protección global.

**2. Los derechos morales de autor pueden ser cedidos en un contrato a cambio del pago de una retribución.**

Verdadero/ Falso [F]

**3. Si publicó en internet mi obra ¿sigue siendo susceptible a ser protegida bajo derecho de autor?**

Sí, porque el derecho existe de la creación de la obra

**4. Los derechos patrimoniales que nacen del derecho de autor:**

Tienen una duración limitada y los puedo ceder o licenciar.

**5. Qué protege el derecho de autor?**

**a. Creaciones intelectuales expresadas de un modo reproducible.**

b. Obras originales sin necesidad que se encuentren expresadas.

**6. Los derechos de autor nacen desde...**

La creación de la obra

**7. El derecho de autor, en nuestro país, otorgaría al autor de una obra de arte aplicado, derechos por:**

Toda su vida + 70 años después de su muerte.

**8. El derecho al "inérito" en el derecho de autor es:**

Un derecho moral

### **CUESTIONARIO 6 (el que estaban raros los pdf)**

**1. Determine si la siguiente frase es Verdadera o Falsa (V, F): "La forma necesaria de un producto puede ser registrada como marca no-tradicional"**

Verdadero/ Falso [F]

**2. Cuando el autor de un libro cuya historia posee personajes originales crea a partir de ellos una línea de peluches para infantes, no está ejerciendo ningún derecho de adaptación, porque ya es titular de los derechos sobre los personajes originales del libro.**

Verdadero/ Falso [V]

**3. Cuando la extensión de marca es realizada por un tercero, es necesario que el titular de esa marca le otorgue a ese tercero una licencia de marca, para poder así desarrollar el producto o servicio por cuenta propia.**

Verdadero/ Falso [V]

**4. Si tengo una creación en dominio público:**

- a. Puedo ceder sus derechos de Propiedad Intelectual
- b. Puedo otorgar una licencia de fabricación y comercialización
- c. Puedo publicarlo en mi portfolio online.**

**5. Para que una obra artística sea susceptible por el derecho de autor debe ser:**

- a. original**
- b. industrial
- c. estética
- d. novedosa

**6. En el escenario de modelo de negocio hablamos de la marca y la replicabilidad. En la gestión de derechos de la propiedad intelectual en lo que respecta a derecho de autor, hablamos de:**

- a. relacionar/multiformato/amplificar
- b. adaptar/extender/homogéneo
- c. multiformato/adaptar/diversificar**

**7. Tiempo de protección y territorialidad del derecho de autor:**

**a. Toda la vida y 70 años después de la muerte / Protección global**

**8. ¿Qué frase define correctamente la adaptación?**

- a. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original o no, a los fines de crear otra obra derivada original
- b. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original, a los fines de crear otra obra derivada, original o no
- c. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original, a los fines de crear otra obra derivada original**

## **CUESTIONARIO 7**

**1. Diseñe un producto que quedaría amparado por la figura del modelo industrial:**

- a. El INPI verifica los requisitos formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa y pago de la tasa correspondiente y aceptará el registro.**
- b. El INPI pedirá informes de registros anteriores a los países integrantes del mercosur antes de otorgar el registro solicitado.
- c. El INPI verificará en anteriores registros mundiales antes de otorgar el registro solicitado.

- d. El INPI no verifica los requisitos formales de la presentación y aceptará el registro.
- e. El INPI verifica los requisitos formales y no formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa, reivindicación y pago de la tasa correspondiente y aceptará el registro.

**2. Creó un producto que quedaría amparado por la figura del modelo industrial.**

**Cuando hago la presentación, en INPI verifica:**

El INPI verifica los requisitos formales de la presentación y acepta el registro.

**3. ¿En donde tiene validez el registro realizado en el INPI?**

El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país.

**4. El modelo industrial protege:** Forma tridimensional aplicado a un producto.

**5. Si creo una forma novedosa y posee novedad mundial, ¿qué modo de protección encuentro en nuestro país?** Modelo industrial.

**6. Los requisitos que debe presentar un producto para poder registrar un modelo industrial son:** Novedoso y ser distinto a modelos ya presentados.

**7. Los modelos industriales que pueden ser protegidos por la ley son:**

Aquellos que protegen la forma 3D a un producto industrial que le confiere carácter Ornamental.

**8. ¿Qué sucede cuando necesito hacer varias presentaciones juntas en el Departamento de Modelos y Diseños Industriales?**

En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta veinte (20) Modelos/Diseños industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej: Todos muebles.

## **CUESTIONARIO 8**

**1. En términos de Propiedad Industrial, ¿cómo se define el diseño industrial?**

Se considera diseño industrial al aspecto bidimensional incorporado a un producto industrial o artesanal que le confiere carácter ornamental.

**2. La protección del diseño industrial en INPI tiene un plazo de protección de:**

5 años con posibilidad de renovación en dos períodos consecutivos de 5 años cada una.

**3. Si creo una ilustración aplicada a una camiseta, para ejercer el derecho de explotación del producto, podría optar por:** Registrarlo como Diseño Industrial.

**4. Al crear una ilustración aplicada a una mochila, para ejercer el derecho de explotación del producto, debería:** Registrarlo como Diseño Industrial.

**5. Los diseños industriales que pueden ser protegidos por la ley son:**

Aquellos que protegen el aspecto 2D incorporado a un producto industrial que le confiera carácter ornamental.

**6. Junto a dos compañeros de FADU creamos una bicicleta, pero yo solo presento el registro en INPI como modelo industrial, mis compañeros:**

Pueden reclamar su derecho de ser incluidos en el registro del modelo industrial.

**7. La forma jurídica del diseño industrial protege:**

Aspecto estético bidimensional aplicado a un producto industrial.

**8. ¿En dónde tiene validez el registro realizado en INPI?**

El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país.

**CUESTIONARIO 9**

**1. La protección de patentes en Argentina tiene un plazo de protección de:**

**a. 20 años sin renovación (Protección territorial - novedad mundial)**

b. 10 años si renovación (Es territorial - novedad mundial)

c. 10 años con renovación cada 5 años (Es territorial)

d. 20 años con renovación (Protección territorial - novedad mundial)

**2. Una mejora funcional y utilitaria de una tenaza, debería ser protegida como:**

**a. Modelo de utilidad**

b. Patente de invención

c. Diseño Industrial

d. Modelo Industrial

**3. ¿En dónde tiene validez el registro obtenido en el INPI de modelo de utilidad?**

**a. El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país y puede ser registrado en otros países mediante la presentación del documento local**

b. El registro tiene validez en los países integrantes del Mercosur automáticamente.

c. El registro tiene validez en los países de la Unión Europea y América.

d. El registro tiene validez dentro del ámbito de nuestro país, y en países limítrofes automáticamente.

**4. Los registro para poder registrar una Patente son:**

Novedad, aplicación industrial y altura inventiva

**5. La protección de modelo de utilidad en Argentina tiene un plazo de protección de:**

10 años sin renovación (Protección territorial)

**6. Si quiero patentar mi nuevo invento/creación en diferentes países desde Argentina debo:**

**a. Patentar en Argentina y luego en todos los países donde quiero tener alcance de protección.**

b. Patentar en Argentina y luego en el INPI para tener protección mundial

c. Patentar solamente en INPI ya que la protección es mundial.

d. Ninguna de las mencionadas

**7. Un modelo de utilidad protege:** Las mejoras funcionales de productos y herramientas

**8. Si presento mi invento en una exposición pero no lo tengo patentado puedo:**

Patentarlo hasta un año después de la divulgación.

## CUESTIONARIO 10

1. Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa...

a. Crea, proporciona y capta valor

- b. Registra, licencia y monetiza su producción.
- c. Desarrolla su propuesta económica y comercial

2. La palabra intangible hace referencia a intangibles básicos e intangibles sutiles. Los intangibles BÁSICOS son:

La marca, el ropaje comercial y el know how

3. Las licencias son un recurso derivado de:

a. La existencia de intangibles apropiados

- b. La existencia de segmentos diversificados del mercado
- c. El impedimento de aplicación de otros modelos de monetización
- d. La necesidad de proteger el knowhow de la empresa

4. Cuando uno patenta, está haciendo un acuerdo con el estado de:

a. Divulgación

- b. Gestión del intangible
- c. Licenciamiento
- d. Producción

5. Dónde se considera relevante la Propiedad Intelectual dentro de un Modelo de Negocio?

En la propuesta de valor, canales y relación cliente

6. ¿A qué nos referimos con valor direccionado?

A la propuesta de valor híbrida que responde a un segmento de mercado

7. La hibridación en la propuesta de valor...

Comprende la suma de tangibles e intangibles del diseño

8. En relación al modelo de negocio y los segmentos de mercado, podemos afirmar que:

a. Cada segmento de mercado tiene un modelo de ingreso y propuesta de valor específica.

- b. Todos los segmentos de mercado tienen en común una misma propuesta de valor y modelo de ingreso
- c. Cada segmento de mercado tiene un modelo de ingreso propio y una misma propuesta de valor

## MODELO FINAL 1

1. La asistencia personal dedicada exclusiva, autoservicio, servicio automatizado, comunidades y co-creación son categorías de

a. Relación cliente

- b. Compromiso cliente
- c. Canales

2. Si usted es autor de una ilustración como la que se muestra en la imagen y un tercero lo contacta para explotar la misma en Brasil estampándola sobre indumentaria ¿qué derecho debe ser licenciado?
- Derecho de adaptación
  - Derecho de extensión
  - Derecho de paternidad
  - Derecho de mantenerlo inédito
  - Derecho de reproducción**
3. Pensando en el modo que habitualmente diseñan las estrategias orientadas sobre intangibles valiosos, seleccione la respuesta correcta. Las estrategias de replicabilidad están habitualmente relacionadas con...
- Las franquicias** (no leí las opciones porque la sabía)
  - Extensiones de marca
  - Cesiones
4. Si usted hubiese realizado la ilustración que se observa en la imagen utilizado en el marco de un evento muy famoso ¿Qué derechos debería licenciar o ceder a alguien que desee crear una familia tipográfica a partir de la familia parcial de la tipografía que usted ha creado en un marco de ilustración y además divulgar en sus canales digitales su póster como parte de su inspiración?
- Derecho de adaptación, derecho de reproducción
  - Derecho de transformación y de distribución**
  - Derecho de integridad de la obra + derecho de distribución
5. La protección de patentes en Argentina tiene un plazo de protección de:
- 20 años sin renovación**
6. Los intangibles básicos son
- La marca, el ropaje comercial y el know how**
  - La marca, el ropaje comercial y el prestigio
  - (...)
7. La relación por la que dos empresas pertenecientes a diferentes cadenas de valor o sector intercambian entre sí servicios por idéntico valor por sí sola no debería calificarse como alianza transversal
- Verdadero
  - Falso**
8. Los dispositivos tecnológicos que intervienen en un escenario son tangibles, pero las interfaces a las que se accede mediante los dispositivos (apps) son intangibles
- Verdadero**
  - Falso
9. Las alianzas transversales permite a un estudio de diseño desarrollar con sus proveedores una propuesta de valor frente a clientes



- a. Verdadero
  - b. Falso (Sería una alianza vertical, no transversal. Alianza Vertical: empresas de una misma cadena de valor se alían para mejorar el rendimiento de esa misma cadena. Por ejemplo, con proveedores, distribuidores, incluso el mismo público)
10. La protección del derecho de autor confiere a las ilustraciones a mano alzada de artefactos para instalaciones lumínicas móviles en espacios escenográficos creadas por el responsable escenográfico del Cirque du Soleil ¿Es suficiente para que sus aspectos técnicos y funcionales queden protegidos? ¿Considera conveniente otra figura de protección?
- a. No, el derecho de autor protege la obra y no su aplicación. Una patente... (el resto de boluda no lo leí en voz alta)
  - b. Sí, ya que el derecho de autor es registrable de todos modos y no es plausible de oposición
  - c. ... (creo que había más opciones pero parece que de ansiedad no leí todas en voz alta U\_U)
11. La marca registrada podría ser el canal de tipo estructural dentro de un modelo de negocio porque es posible apropiar jurídicamente la capacidad distintiva de la morfología y de la arquitectura de un showroom
- a. No, porque los aspectos morfológicos son exclusivos de la figura jurídica del modelo industrial.
  - b. Sí, el concepto de ropaje comercial abarca también la morfología y arquitectura de un showroom.
  - c. No, la estructura tiene que ver con la arquitectura y se registra en el derecho de autor.
12. En términos de propiedad industrial, ¿cómo se define el diseño industrial?
- a. Es el aspecto bidimensional incorporado a un producto industrial o artesanal que le confiere carácter ornamental
  - b. Forma incorporada a la función por la cual está concebida un objeto
  - c. Aspecto ornamental o estético en rasgos bidimensionales con motivos 3d
  - d. Gráfica aplicada sobre objetos con fines ornamentales o comunicacionales
13. Un grupo de surfers fanáticos de algunas marcas quieren autodefinirse como tribu ¿Qué descripción se asemeja más al concepto marcario?
- a. Nos sentimos diferentes y los productos que usamos y los servicios que nos ofrecen nos permiten distinguirnos de los demás grupos.
  - b. Nos sentimos innovadores y los productos que usamos ofrecen funcionalidades que nos divierten más.
  - c. Nos sentimos orgullosos y nos da satisfacción ... (no se escucha bien, yo puse la a porque lo asocié con capacidad distintiva pero ni idea si está bien porque no había revisión)
14. Este es un producto con forma específica diseñado para reforzar la propuesta de valor de la empresa que lo fabrica y comercializa. ¿Con qué figura jurídica esencial lo protegería? ¿Con qué plazo máximo de protección? ¿Qué forma de protección complementaria

- escogería en el caso que el producto incorporase una mejora funcional?
- a. Marca tridimensional con un alcance de 10 años
  - b. Modelo industrial con un alcance de 15 años y complementariamente modelo de utilidad para la protección funcional
  - c. Derecho de autor como obra de arte aplicada con alcance de toda la vida del autor y 70 años post mortem y modelo de utilidad
15. Un canal estructural que cumple la función de permitir la compra de un producto podría ser marca registrada si posee capacidad distintiva **(DUDAS)**
- a. Verdadero
  - b. Falso
16. Si publico en internet mi obra ¿sigue siendo susceptible de ser protegida bajo el derecho de autor?
- a. Sí, porque estoy seguro que no se va tener que encontrar con cierta divulgación
  - b. No, porque perdió la novedad
  - c. Sí, porque el derecho existe desde la creación de la obra
17. ¿Dónde tiene validez el registro obtenido en INPI de modelo de utilidad?
- a. Tiene validez en el ámbito de nuestro país y en países limítrofes automáticamente.
  - b. Tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país y puede ser registrado en otros países por medio de la presentación del certificado de prioridad internacional.
  - c. En nuestro país, y en países del Mercosur y europeos inmediatamente
18. La característica común de los activos intangibles es que los mismos son
- a. registrables, transferibles, novedosos.
  - b. Identificables, no monetarios, intocables, controlables y puede esperarse de ellos beneficios futuros.
  - c. Son ... de producción limitada
  - d. Identificables, perceptibles materialmente, ...
19. Alguno de estos casos evidencia la creación de tangibles a partir de intangibles
- a. Una aplicación móvil para celulares iphone cuya función es la localización de sitios históricos creada a partir del Know How de un equipo de estudiantes y profesores de historia argentina.
  - b. Las películas creadas a partir de libros
  - c. Un videojuego para playstation creado a partir de la película
  - d. Agendas tamaño bolsillo cuya organización semanal resalta un cronograma de sucesos narrados en una película
20. El autor de la siguiente obra y un tercero se contactan para la realización de un producto que será una obra derivada de la suya ¿Qué derecho debería licenciarse?
- a. Derecho de adaptación
  - b. Derecho de paternidad
  - c. Extensión
  - d. Integridad

e. Reproducción

21. ¿En qué figuras de protección basaría su estrategia legal para resguardar la protección comercial del diseño de este espacio? El diseño será utilizado como punto de venta permanente, puntos de franquicia y como stand en las ferias **(DUDAS)**

a. Registro de marca no tradicional y de modelo industrial por su capacidad distintiva y su forma novedosa

b. Modelo industrial por su capacidad distintiva y su función ornamental

c. Modelo de utilidad por la funcionalidad del túnel central y su actividad inventiva

22. Stelios Mousarris es el creador de la mesa *Wave City Table* realizada a partir de una lámina de madera curvada en impresión 3D. Ha registrado su mesa en la oficina de derecho de autor como obra artística de escultura. A los pocos meses después la empresa lanza al mercado la lámpara colgante de la foto de abajo (creo que era esta:

[https://www.google.com.ar/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.elledecor.com%2Fes%2Fdiseno%2Fa27237495%2Fstelios-mousarris-skylines-ciudad-pelicula-origen%2F&psig=AOvVaw2C\\_Em8QP8zRCyOFxsvMFSx&ust=1614106572056000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCNDTy8WV\\_u4CFQAAAAAdAAAAABAE](https://www.google.com.ar/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.elledecor.com%2Fes%2Fdiseno%2Fa27237495%2Fstelios-mousarris-skylines-ciudad-pelicula-origen%2F&psig=AOvVaw2C_Em8QP8zRCyOFxsvMFSx&ust=1614106572056000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCNDTy8WV_u4CFQAAAAAdAAAAABAE) ). Stelios ha

conseguido una licencia de adaptación de la obra a esta empresa y su venta a cambio de una contraprestación económica ¿en cuál de los siguientes componentes del canvas buscaría el acto de licencia? **(DUDAS)**

a. Canales

b. Fuentes de ingreso

c. (si hay otras no las leí pero se refiere al canvas de las últimas clases)

23. Imagínes que usted ha creado el sillón de la imagen (Joris Laarman- Bone Chair) que tiene el carácter novedoso de su forma. Lo protegió como modelo industrial pero además presenta características con suficiente grado de originalidad para obtener el siguiente derecho y su lapso de tiempo **(DUDAS)**

a. 70 años después de la muerte del autor/a

b. (otras que no leí porque te daba a entender que era derecho de autor)

24. Una de estas hipótesis es exclusiva de un escenario de gestión de activos intangibles

a. Produzco y comercializo en la república Argentina con un nuevo diseño de bicicleta.

b. Licencié con exclusividad la fabricación y comercialización de una nueva herramienta que he diseñado de uso en pequeñas pymes metal-mecánicas.

c. Brindo servicios de diseño dentro de la república Argentina mediante el contrato de servicios de diseño de plazo determinado y plazo cierto.

25. Los derechos morales del autor de una obra

a. No son objeto de cesión ya que vinculan al autor con su obra.

b. No son embargables y puedo integrar el nombre de mi cliente como coautor si así fuese establecido en el contrato

c. Son licenciables y puedo integrar el nombre de mi cliente como coautor del diseño si así fuese establecido en el contrato.

- d. Pueden ser parte de una cesión si el tercero me retribuye que mi nombre no aparezca en la obra.
26. Una alianza entre dos estudios de diseño industrial donde uno asume la investigación y el otro el desarrollo del producto para un cliente del sector movilidad corresponde a una tipología de alianza horizontal.
- a. Falso
  - b. Verdadero**
27. Si encuentras una imagen de un perchero en canales digitales pero lo construyes con otro material y color el autor de dicho producto nada puede reclamarte
- a. Verdadero
  - b. Falso**
28. ¿Cuáles son las funciones de la relación cliente? **(DUDAS)**
- a. La retroalimentación
  - b. Aumentar el volumen de transacción**
  - c. La evaluación
29. Si presento un invento en una exposición pero no lo tengo patentado puedo
- a. guardarlo como secreto industrial inédito o publicarlo
  - b. patentarlo hasta un año después de la divulgación**
  - c. patentarlo más adelante porque los derechos siempre son de mi propiedad
  - d. patentarlo cuando desee porque los derechos nacieron con el invento
30. Las patentes que son un recurso clave de mi modelo de negocio sobre venta de microprocesadores protege
- a. La aplicación industrial, la novedad, la altura inventiva y la morfología novedosa
  - b. La aplicación industrial, la novedad y la altura inventiva**
  - c. La aplicación industrial y la altura inventiva
31. Cuando se registra una marca el INPI
- a. hace una investigación sobre a qué clase podrías registrar la marca y te comparte los resultados
  - b. Cada solicitud de marca cubre una clase de productos y los servicios**
  - c. Se registra automáticamente para todas las clases existentes
  - d. Uno elige para qué clases va a registrar la marca
32. Si quiero patentar mi nuevo invento/creación en Brasil desde Argentina debo:
- a. Patentar solamente en INPI ya que la protección es mundial
  - b. Patentar en Argentina y luego en el INPI
  - c. Patentar en Argentina y luego en todos los demás países donde desee obtener alcance de protección**
33. Desde la lógica del derecho marcario las estrategias de extensión de marca necesariamente incluyen licenciamiento de marca

- a. Verdadero
  - b. Falso**
34. Una de las siguientes listas es solo de marcas no tradicionales
- a. Marcas holográficas, figurativas e isotópicas
  - b. De forma, logotípicas y tridimensionales
  - c. Movimiento, denominativas y figurativas
  - d. Olfativas, sonoras y ropaje comercial**
35. Usted es autor del siguiente lettering (figura a) y un tercero lo contacta para hacer las remeras con la imagen de su obra (figura b) ¿qué derecho debería licenciar?  
**(DUDOSISIMA)**
- a. Reproducción (leí esa sola en voz alta, pero estaba adaptación, y no recuerdo cuáles más)
36. Cuando hablamos de dominio público nos referimos a que:
- a. Se puede usar la obra sin pedir autorización del autor**
  - b. Cualquiera puede usar la obra si tiene licencia de uso
  - c. Nadie puede usar la obra aunque sí compartirla
37. El derecho de distribución de una obra de arte aplicada a silla incluye acciones como venderla o alquilarla pero no el licenciamiento de fabricarla y comercializarla.
- a. Verdadero**
  - b. Falso
38. Dentro de la propuesta de valor existe un diferencial que consiste en poner a disposición de clientes productos y servicios a los que antes no tenía acceso ¿de qué valor o atributo o diferencial de propuesta de valor estamos hablando?
- a. Novedad
  - b. Trabajo hecho
  - c. Accesibilidad**
39. El derecho de autor requiere originalidad para ser contemplado. La marca en cambio requiere
- a. Capacidad distintiva**
  - b. Novedad
  - c. (no leí mucho porque estaba segura de capacidad distintiva)
40. Los derechos de reproducción de una obra y el derecho de distribución de una obra son algunos de los llamados derechos morales del autor
- a. Verdadero
  - b. Falso**

1. El derecho de distribución de la siguiente pieza creativa incluye:



- A. la posibilidad de licenciarla para adaptarla a otros formatos
- B. ninguna de las anteriores
- C. todas las anteriores
- D. su venta como pieza única creada con técnica mixta sobre papel**
- E. La posibilidad de licenciarla para comercializarla bajo una tirada de posters

2. La hibridación es:

- A. La forma de denominar la integración de tangibles e intangibles que se produce en los proyectos y negocios del mundo contemporáneo**
- B. La forma de denominar la integración de tangibles y servicios que se produce en los proyectos y negocios del mundo contemporáneo
- C. La forma de denominar la integración de productos y servicios que se produce en los proyectos y negocios del mundo contemporáneo
- D. La forma de denominar a la integración de productos e intangibles que se produce en los proyectos y negocios del mundo contemporáneo

3. Usted es autor del siguiente producto con su respectiva estampa (FIGURA A) y un tercero lo contacta para realizar otro producto con la imagen de su estampa (FIGURA B). ¿ Que derecho debería licenciarle)

Fig. A



Fig.B



- A. ninguno de los anteriores**
- B. Derecho de integridad
- C. Derecho de paternidad
- D. Derecho de distribución

4. Indique las frases correctas: (seleccione una)

- A. Las licencias gratuitas son aquellas que sin tener por contraprestación el dinero, tienen por contraprestación un valor en especie
- B. Cuando hablamos de la “captación de valor” que puede generar una empresa u organización, nos referimos no solo a la captación de dinero sino también al prestigio
- C. En algunos modelos de negocio, la información que nos provee uno de nuestros segmentos puede ser lo que nos permita cobrar a otro segmento para acceder a dicha información
- D. Cuando hablamos de la “captación de valor” que puede generar una empresa u organización, nos referimos no solo a la captación de dinero, sino también a otros tipos de**

valores como el prestigio, la información o el conocimiento, por decir algunos.

E. Hablando de captación de valor, los pagos por licencias son la forma de monetización que posee un autorizado a fabricar y comercializar un modelo industrial de un tercero.

5. Las patentes, que son un recurso clave de mi modelo de negocios de venta de microprocesadores, protegen:

A. La aplicación industrial y la altura inventiva

B. La aplicación industrial, la novedad, la altura inventiva y la morfología novedosa

C. La aplicación industrial, la novedad y la altura inventiva.

6. La protección que el derecho de autor confiere a los planos y textos de las reivindicaciones y descripciones de un documento de patente, es suficiente:

A. para considerar protegida la morfología del producto y los aspectos funcionales explicitados, por toda la vida del autor y 70 años después de su muerte

B. Para considerar protegida la mejora funcional explicitada, por toda la vida de autor y 70 años después de su muerte

C. Para considerar protegida la solución al problema técnico en ellas explicitado, por toda la vida del autor y 70 años después de su muerte

D. Para considerar protegidos los planos y textos, si presentase originalidad, por toda la vida del autor y 70 años después de su muerte.

7. Escoja la frase correcta

A. Los "intangibles básicos" quedan habitualmente evidenciados en las cesiones (que son estrategias de replicabilidad por las que una empresa A, autoriza una empresa B, para que la empresa B use sus intangibles básicos replicando su fórmula de negocio a cambio de una contraprestación económica.

B. Los "intangibles básicos" quedan habitualmente evidenciados en las franquicias (que son estrategias de replicabilidad por las que una empresa A, autoriza una empresa B, para que la empresa B use sus intangibles básicos replicando su fórmula de negocio a cambio de una contraprestación económica)

C. Los "intangibles básicos" quedan habitualmente evidenciados en las licencias (que son estrategias de replicabilidad por las que una empresa A, autoriza una empresa B, para que la empresa B use sus intangibles básicos replicando su fórmula de negocio a cambio de una contraprestación económica)

8. Poimo es un concepto novedoso de movilidad sustentable, y ha sido protegido por una combinación de figuras jurídicas específicas. Indique cuál es la que considera más conveniente para lanzar el producto rápidamente al mercado. **DUDOSO**



- A. Patente - modelo industrial - marca (la patente lleva 5 años el trámite, no es lo más rápido)
- B. Modelo industrial - Marca (marca, tarda 24 meses y renovable infinitas veces)
- C. Diseño industrial y patente
- D. Marca - patente - modelo de utilidad

9. Escoja la frase correcta:

- A. El registro de modelo de utilidad, confiere al titular derechos patrimoniales sobre su creación aplicada a la industria con capacidad de resolver problemas de naturaleza estética
- B. El registro de modelo de utilidad, confiere a su titular derechos patrimoniales sobre su creación aplicada a industria, la que deberá consistir en una nueva solución a un problema de la técnica.
- C. El registro de modelo de utilidad, confiere a su titular derechos patrimoniales sobre su creación aplicada a la industria, la que deberá consistir en una solución a un problema de la técnica, ser novedosa pero no necesariamente tener altura inventiva.

10. El diseñador industrial Federico Churba investiga, analiza y desarrolla su biblioteca CERCO en Argentina. Fabrica y vende el producto en el mercado argentino y a los que logra llegar con sus canales de distribución. Licencia la fabricación y distribución en Europa a la empresa sueca Karl Andersson. Se entiende que en relación a la gestión de activos intangibles F. Churba se encuentra operando con un:

- A. Modelo intangible
- B. Modelo de transición (porque fabrica y distribuye donde llega por sus medio, y a donde no, por medio de licencias)
- C. Modelo tradicional.

11. ¿Algunos de estos casos evidencia la creación de intangibles a partir de intangibles?

**DUDOSA**

- A. las películas creadas a partir de libros
- B. Una aplicación móvil para celulares iphone, cuya función es la localización de sitios históricos, creada a partir del know how de un equipo de estudiantes y profesores de historia argentina.
- C. Un videojuego para playstation creado a partir de una película.
- D. Agendas tamaño bolsillo cuya organización semanal resalta un cronograma de sucesos narrados en una película.

12. Escoja la afirmación correcta:

- A. una compañía de dispositivos tecnológicos podría proteger jurídicamente como marca no

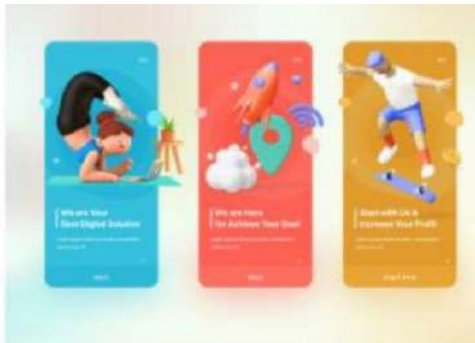


tradicional el perfume que sentirán sus futuros clientes al abrir la caja que contienen sus productos, en la medida que dicho perfume posea, entre otros requisitos, capacidad distintiva.

B. Una compañía de vehículos podría proteger jurídicamente como marca tradicional el perfume que sentirán sus futuros clientes al ingresar sus vehículos 2025 en la medida que dicho perfume posea, entre otros requisitos, capacidad distintiva.

C. Una compañía de accesorios de moda podría patentar el perfume de sus prendas a partir de su fórmula química, en la medida que el mismo posea, entre otros requisitos, capacidad distintiva (PARA PATENTAR SE NECESITA APP INDUSTRIAL, ALTURA INVENTIVA Y NOVEDAD).

13. Con mi equipo diseñamos esta interfase la dimos a conocer en el concurso de diseño Mercosur, realizada en brasil en enero de 2020, publicándose incluso en el sitio web del evento. aún no la hemos protegido de ningún modo, pero tenemos intenciones de hacerlo, bajo la figura de diseño industrial incorporado a interfase digital



A. Como la dimos a conocer en brasil, ya no podemos registrarla como diseño industrial en argentina, porque la novedad se encuentra afectada, no quedando la posibilidad de protegerla bajo ningun otra forma jurídica supletoria o complementaria.

B. Como la dimos a conocer en brasil, ya no podemos registrarla como diseño industrial en argentina, porque la novedad se encuentra afectada, quedando no obstante posibilidad de protegerla bajo la figura del derecho de autor

C. Como la dimos a conocer en brasil, aún podemos registrarla como diseño industrial en argentina, pero no podremos protegerla en brasil porque pese a que tendríamos el llamado plazo de prioridad internacional para llegar a ese territorio su divulgación previa allí afecta la posibilidad de ampliar su derecho.

14. Imaginemos que usted debe sugerir a history channel edición argentina una secuencia óptima de protección de propiedad intelectual de este juego de cartas diseñadas por Po!. ¿Qué secuencia considera que debe desarrollar History Channel a lo largo del tiempo si contase con el presupuesto ilimitado y debiera dar a la gestión de propiedad intelectual las mayores garantías de resguardo de inversión? NOTA: el interés a resguardar, en este caso, es el de History channel, productora de la serie, que además comercializara el producto juego de cartas en diversos canales de venta. IMPORTANTE: no olvidar que los trámites de protección en algunos casos implican publicación, y que la publicación puede afectar la novedad requerida para ciertas formas de protección.



A. 1) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita, 2) registro de diseño industrial incorporado a "juego de cartas" 3) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada 4) registro de marca en la clase del nomenclador de Niza correspondiente a producto "juego de carta" 5) salida al mercado

- B. 1) Depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita, 2) registro de diseño industrial incorporado a "juego de cartas" 3) registro de marca en la clase del nomenclador de niza correspondiente a producto "juego de carta" 4) salida al mercado 5) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada
- C. 1) Depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita, 2) registro de marca en la clase del nomenclador de niza correspondiente a producto "juegos de carta", 3) registro de diseño industrial incorporado a "juego de cartas", 4) salida al mercado, 5) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada.

15. pensando en la composición del ADN de las organizaciones, seleccione la respuesta correcta:

- A. El adn de las organizaciones está formado por la suma de los intangibles básicos y los intangibles sutiles
- B. El adn de las organizaciones está formado según el caso por intangibles básicos o intangibles sutiles.

16. Dentro de la estructura de costos, ¿Cuáles dos amplias clases de estructura de costos se pueden distinguir?

- A. Según valor, con la creación de un valor a partir de servicios personalizados y propuesta de valor premium / según costes, con un propuesta de valor de bajo precios y mantiene una estructura de costos lo más reducida posible.
- B. Según venta de activos, con la venta de los derechos propios sobre un producto físico/ Según concesión de licencias, con el permiso de utilizar la propiedad intelectual a cambio de pago de una licencia.
- C. Según valor, con una propuesta de valor de bajo precios y mantiene una estructura de costos lo más reducida posible / Según costes, con la creación a partir de servicios

personalizados y propuesta de valor optimizada.

D. Según valor, con un costo fijo y reducido para el cliente / según optimización, que implica en una infraestructura de bajo costo

17. Escoja la frase correcta:

A. La protección que el derecho de autor confiere a los planos técnicos de una “silla odontológica para niños”, no es suficiente para considerar protegido el prototipo y comercializarlo con exclusividad a nivel mundial

B. La protección que el derecho de autor confiere a las ilustraciones a mano alzada (bocetos) de un sistema de mobiliario de oficina, es suficiente para que sus aspectos morfológicos y funcionales queden protegidos en favor de su autor.

C. La protección que el derecho de autor confiere a los planos técnicos de un “generador eólico de alto rendimiento”, es suficiente para considerar protegido el prototipo y comercializarlo a nivel mundial.

18. Para que los bocetos de la obra que se observa en la imagen queden protegidos por DERECHO DE AUTOR es condición:



A. Que sean originales y que el producto sea funcional

B. que sean originales y el producto sea novedoso

C. Que sean originales y puedan ser expresados en cualquier formato reproducible

19. Desde la lógica del derecho de autor integrada a la lógica de una estrategia de extensión de marca, seleccionar la respuesta correcta:

A. todas son correctas

B. Las estrategias de extensión de marca, necesariamente incluyen “adaptación” cuando dan lugar a un nuevo producto diversificado

C. Las estrategias de extensión de marca, necesariamente incluyen “adaptación” cuando dan lugar a una nueva actividad diversificada

D. Ninguna de las respuestas es correcta. (no es necesariamente adaptación de obra, porque a veces lo que se genera es un producto/ servicio nuevo, no siempre se adapta)

20. Diseñe un producto que quedaría amparado por la figura de modelo industrial:

A. el INPI pedirá informes de registros anteriores a los países integrantes del mercosur antes

de otorgar el registro solicitado

B. El INPI no verifica los requisitos formales de la presentación y aceptara el registro

C. El INPI verifica los requisitos formales de presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa y pago de la tasa correspondiente y aceptara el registro

D. el INPI verificará en anteriores registros mundiales antes de otorgar el registro solicitado

E. El INPI verifica los requisitos formales y no formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa, reivindicación y pago de la tasa correspondiente y aceptara el registro.

21. Una de las siguientes listas es solo marcas No - tradicionales

A. marcas en movimiento, denominativas y figurativas

B. Marcas olfativas, sonoras y de ropaje comercial

C. Marcas holográficas, figurativas e isotópicas

D. marcas de forma, logotípicas y tridimensionales.

22. Usted es autor de la siguiente pieza creativa y un tercero lo contacta para realizar bajo su autorización OTRO producto con la forma de su obra ¿qué derecho debería licenciarle?



A. Derecho de reproducción

B. Ninguna de las anteriores (Tengo dudas de si es el de derecho de integridad, pero supongo que es esta porque requiere el de adaptación para hacer otro producto)

C. Derecho de paternidad

D. Derecho de integridad

23. Los intangibles básicos son:

A. La marca, el ropaje comercial y el know how

B. La marca, el know how y la base de datos

C. la marca, el know how y el prestigio

D. La marca, el ropaje comercial y el prestigio

24. Indique las frases correctas:

A. hablando de “captación de valor”, los pagos por “licencia” son la forma de monetización que posee un autorizado a fabricar y comercializar un modelo industrial de un tercero.

B. Cuando hablamos de la “captación de valor” que puede generar una empresa u organización, nos referimos no solo a la captación de dinero sino también a otros tipos de valor como el prestigio, la información o el conocimiento, por decir algunos.

C. las licencias gratuitas son aquellas que sin tener por contraprestación el dinero ,tienen por contraprestación un valor en especie

D. Cuando hablamos de la captación de valor que puede generar una empresa u organizaciones, nos referimos no solo a la captación de dinero sino también al prestigio

E. En algunos modelos de negocio, la información que nos provee uno de los segmentos puede ser lo que nos permita cobrar a otro segmento para acceder a dicha información

25. El diseñador industrial Argentino Alfredo Haberli ha realizado muchos diseños para la firma finlandesa Iittala. Para garantizar el equilibrio de intereses, el diseñador industrial solamente debería licenciar a los clientes los derechos patrimoniales y morales de sus creaciones en tanto reciba a cambio una justa suma de dinero, que podría ser integrada por adelantado, en cuotas o mediante regalías



A. Verdadero

B. Falso (los morales no se licencian)

26. Desde la lógica del derecho marcario, las estrategias de extensión de marca necesariamente incluyen licenciamiento de marca

A. verdadero

B. Falso (ej, Angry Birds, si sos el dueño de la marca, no la tenes que licenciar...)

27. Moussaris, Stelios es el creador de esta mesa. Está creada a partir de una lámina de madera curvada e impresión 3 de los edificios. Stelios ha registrado su mesa en la oficina de derechos de autor como una obra artística/escultura, y luego toma contacto con una empresa de iluminación a la que finalmente licencia por USD 30.000 el derecho de adaptar su obra artística a lámpara y comercializarla en serie en una tirada de 500 unidades. ¿En qué



componente del modelo de negocio Stelios consideras que debería ubicarse lo sucedido?

A. todas las respuestas son válidas

B. Ninguna de las respuestas es válida

C. En propuesta de valor (por el atributo diseño que ofrece la obra licenciada)

D. En recursos claves (porque el derecho de autor es un recurso intelectual)

E. En fuentes de ingreso (por la monetización que le permite la licencia otorgada)

28. Seleccione la respuesta argumentalmente FALSA: **DUDAS**

A. una vez realizado el registro de un modelo industrial en argentina, el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación indirecta y distribución mixta

b. Una vez realizado el registro de un modelo industrial en Argentina, el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación mixta y distribución mixta

C. Una vez realizado el registro de un modelo industrial en la Argentina, el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación indirecta y directa.

29. Una relación por la que dos empresas pertenecientes a diferentes cadenas de valor o sectores se intercambian servicios por idéntico valor, no debería calificarse como alianza transversal (si, sería transversal/intersectorial)

A. verdadero

B. falso

30. Escoja la frase correcta:

A. una alianza de co-branding entre una empresa que fabrica y comercializa monopatines eléctricos de alto costo y otra que comercializa motocicletas de bajo costo, es encuadrable como alianza transversal (no son sectores de la industria completamente distintos)

B. Una alianza de co-branding entre una empresa que fabrica y comercializa monopatines eléctricos de alto costo y otra que comercializa motocicletas de bajo costo, es encuadrable como alianza vertical (no son de la misma cadena de valor)

C. Una alianza de co-branding entre una empresa que fabrica y comercializa monopatines eléctricos de alto costo y otra que comercializa motocicletas de bajo costo, es encuadrable como alianza horizontal. (Cubren necesidades similares)



31. Si usted hubiese realizado la ilustración que se observa en la imagen, utilizada en el marco de un evento muy famoso ¿que derechos debería licenciar o ceder a alguien que desea crear una familia tipográfica a partir de la familia parcial de tipografía que usted ha creado en el marco de

esta ilustración y además divulgar en sus canales digitales su póster como parte de inspiración?

A. Derecho de adaptación + derecho de reproducción (no adapta a otro contenido, sigue siendo tipografía)

**B. Derecho de transformación + derecho de distribución**

C. Derecho a la integridad de la obra + derecho de distribución (integridad es derecho moral, nada que ver)

32. Si quiero patentar mi nuevo invento/creación en brasil desde argentina debo:

A. patentar en argentina y luego en el INPI para tener protección mundial

B. ninguna de las anteriores

C. Patentar solamente en el INPI, ya que la protección es mundial

**D. Patentar en Argentina y luego en todos los países donde quiero tener alcance de protección.**

33. Los dispositivos tecnológicos que intervienen en un escenario de servicios son tangibles, pero las interfases digitales a las que se accede mediante los dispositivos tecnológicos (APPS) son intangibles.

A. Falso

**B. Verdadero**

b) Los intangibles no son solo "servicios", porque también son inmatrimoniales de valor excepcional como los contenidos digitales, las interfaces digitales, las apps, la marca, etc.

34. Elija la afirmación correcta:

A. Forma, aspecto y bidimensionalidad (por un lado) y forma, aspecto y tridimensionalidad (por el otro), son características que definen, respectivamente, a los modelos de utilidad y los modelos industriales

B. Forma, aspecto y bidimensionalidad (por un lado) y forma, aspecto y tridimensionalidad (por el otro), son características generales que definen, respectivamente, a los modelos industriales y diseños industriales

**C. Forma, aspecto y bidimensionalidad (por un lado) y forma, aspecto y tridimensionalidad (por el otro), son características generales que definen, respectivamente a los diseños industriales y modelos industriales. (la trampa en esta es el orden)**

35. Elija la afirmación correcta:

**A. el registro de modelo de utilidad, confiere al titular derechos patrimoniales sobre su creación aplicada a la industria, que deberá consistir en una solución a un problema de la técnica, ser novedosa pero no necesariamente tener altura inventiva**

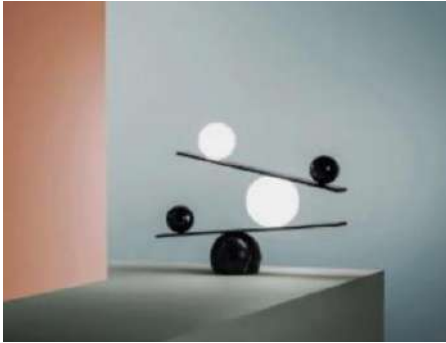
B. el registro de modelo de utilidad, confiere al autor derechos morales sobre su creación aplicada a la industria, que deberá consistir en una solución a un problema de la técnica, ser novedosa, pero no necesariamente tener altura inventiva

C. el registro de modelo de utilidad, confiere al titular derechos patrimoniales sobre su creación aplicada a la industria, que deberá consistir en una solución a un problema utilitario, pero tener aplicación industrial

D. el registro de modelo de utilidad, confiere al titular derechos patrimoniales sobre su

creación aplicada a la industria, que no deberá consistir en una solución a un problema de la técnica, pero ser novedosa y tener altura inventiva

36. Este es un producto con forma específica diseñado para reforzar la propuesta de valor de la empresa que lo fabrica y comercializa ¿con qué figura jurídica esencial lo protegería? ¿con qué plazo máximo de protección? ¿que forma de protección complementaria escogería en el caso de que el producto incorporase una mejora funcional?



A. diseño industrial, con un alcance máximo de 15 años de protección, y complementariamente, modelo industrial para la protección funcional.

B. derecho de autor, como obra de arte aplicado, por toda la vida del autor y 70 años post mortem y, complementariamente, modelo de utilidad, para la protección funcional

C. Modelo industrial, con un alcance máximo de 15 años de protección y, complementariamente, modelo de utilidad, para la protección funcional.



37. La protección que el derecho de autor confiere a los planos técnicos del mobiliario que



observan en la imagen es suficiente:

- A. para considerar protegido el prototipo y comercializarlo con exclusividad en argentina
- B. ninguna de las anteriores**
- C. para considerar protegido el prototipo y comercializarlo con exclusividad a nivel mundial
- D. para considerar comercializar el prototipo con exclusividad en argentina

38. ¿En qué casos no estamos necesariamente ante segmentos de clientes diferentes?

- A. Todas las respuestas**
- B. Cuando los clientes poseen diferentes edades (pueden formar parte del mismo segmento)
- C. Cuando los clientes poseen diferente género (pueden formar parte del mismo segmento)
- D. Ninguna de las respuestas
- e. Cuando los clientes poseen diferentes profesión. (pueden formar parte del mismo segmento)

**En todas NO estamos en segmentos diferentes NECESARIAMENTE**

39. En qué figuras de protección basaría su estrategia legal para resguardar la explotación comercial de este local? El diseño será utilizado como punto de venta permanente, puntos de franquicia y también como stand en feria



- A. en modelo de utilidad, por la funcionalidad del túnel central
- B. En registro de marca no tradicional, pero en depósito de modelo industrial, por su capacidad distintiva
- C. En depósito de modelo industrial pero no por marca no tradicional, por su forma novedosa
- D. en registro de marca no tradicional y depósito de modelo industrial, por su capacidad distintiva y su forma novedosa

40. El derecho de autor reconoce al creador de una obra:

- A. derechos morales y patrimoniales sobre su creación, sin atender a razones de mérito o destino de la obra
- B. derechos morales y patrimoniales sobre su creación, atendiendo a razones de mérito pero no de destino de la obra
- C. Derechos morales y patrimoniales sobre su creación aplicada a la industria, la que debe consistir en una solución a un problema de la técnica y ser novedosa.

41. igual a la 27 (la de la lámpara y mesa)

42. ¿Qué tipos de relación cliente existen además de asistencia personal?

- A. Asistencia colectiva, creación colectiva, autoservicio, servicios automáticos y comunidades
- B. Asistencia personal exclusiva, creación individual, servicios automáticos y comunidades
- C. Asistencia personal exclusiva, creación colectiva, autoservicio, servicios automáticos, comunidades y otras.
- D. Asistencia personal exclusiva, creación colectiva, autoservicio, servicios automáticos y comunidades

43. ¿Qué sucede cuando necesito hacer varias presentaciones juntas en el departamento de modelos y diseños industriales?

- A. en una misma solicitud de registro podrá incluir hasta cinco (5) modelos/diseños y ejemplos de realización diferentes que pertenezcan a la misma clase. Por ej, todos vajilla

B. en una misma solicitud de registro podrá incluir hasta veinte (20) modelos/diseños industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej, todos muebles.

C. en una misma solicitud sólo se podrá incluir 1 (un) modelo y 1 (un) diseño industrial

D. En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta quince (15) modelos/diseños industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej todos muebles.

44. Elija la frase correcta

A. dentro de un modelo de negocio, la marca es un recurso clave de empresa, de tipo intelectual, pero no tiene potencial de ser atributo de propuesta de valor

B. La propuesta de valor debe ser un producto, un servicio o complementariamente la suma de ambos.

C. La propuesta de valor siempre debe resolver un problema, crear un beneficio o satisfacer necesidades de los individuos hacia los que la misma busca crear valor direccionado

45. ¿En qué casos un mismo grupo de clientes pertenecen a diferentes segmentos?

A. cuando es necesario una forma diferente de relación cliente para llegar a ellos

B. cuando sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente

C. ninguna es correcta

D. todas las respuestas son correctas

R. Cuando son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos

46. La marca registrada, dentro de un modelo de negocio, puede ser:

A. ninguna es correcta

B. Un recurso intelectual, porque es posible apropiarse la forma novedosa de un stand POP como modelo industrial

C. Todas son correctas

D. Un canal estructurado es posible apropiarse la capacidad distintiva de la arquitectura comercial de un espacio (look and feel o ropaje comercial) (Mal expresado, pero quiere decir que el ropaje comercial se puede registrar como marca por la capacidad distintiva)

47. Spotify es una empresa de streaming de música de alcance global. Luego de varios años en el mercado y de analizar su modelo de negocio actual, deciden que quieren ampliar su propuesta de valor lanzando la selección de podcasts y así también ampliar su audiencia. Los podcasts apuntan a temáticas específicas (como bienestar, diseño, etc). ¿A qué tipo de audiencia está dirigiéndose Spotify con esta nueva sección? (DEPENDE)

A. Al mercado diversificado, ya que el segmento que escucha música no está relacionado ni presentan necesidades similares que la audiencia que escucha podcast

B. todas las anteriores

C. ninguna de las anteriores

D. Al mercado de masas ya que no importa la temática de los podcasts, es un mercado que no distingue ninguna característica en particular

E. Al nicho de mercado ya que, si bien spotify es de alcance global, los podcast apuntados a temáticas específicas apuntan a atender segmentos particulares.

48. Si usted es autor de una ilustración digital que propone una reflexión en torno a violencia de género y un tercero la contacta para explotar la misma en brasil, estampando sobre indumentaria, que derecho ser licenciado:

A. derecho de paternidad

B. Derecho de mantenerlo inédito

C. derecho de adaptación

D. Derecho de reproducción (si no modifica la obra es reproducción, no adaptación En una clase lo dicen con el pin del principito)

49. El desarrollo de un videojuego a partir de una película

A. no necesariamente requeriría de adaptación o licencia de marca

B. requeriría adaptación pero no necesariamente licencia de marca

C. requerirá adaptación y, complementariamente, licencia de marca

50. pensando en el modo en que habitualmente se diseñan estrategias sobre intangibles valiosos, seleccione la respuesta correcta

A. las "estrategias de escabilidad" están habitualmente relacionadas con la "extensión de marca"

B. las "estrategias de escabilidad" están habitualmente relacionadas con las "cesiones" (cesiones es monetización)

C. las "estrategias de escabilidad" están habitualmente relacionadas con las "franquicias" (franquicias es replicabilidad)

## COPIA DE MODELO FINAL 4 (RESUELTO)

### CUESTIONARIO 1

1)Relacionando el concepto de "adaptación" sobre un producto registrado con Derechos de Autor :

Seleccione una:

a. La adaptación de formato incorpora solamente valor de "novedoso" al nuevo producto.

b. La adaptación de formato implica una originalidad del nuevo producto.

*Justificación: Se entiende habitualmente por adaptación a "la modificación de una obra a los fines de crear otra" puede ser o no novedoso*

2)El derecho de autor protege:

Seleccione una:

a. Obras originales que se encuentren expresadas de un modo reproducible.

b. Obras originales sin necesidad que se encuentren expresadas.

*Justificación: el derecho de autor no protege ideas no expresadas, si no obras que se puedan reproducir en cualquier formato*

3)El derecho de paternidad es:

Seleccione una:

a. El derecho de paternidad es el derecho del autor de ser nombrado solamente cuando así esté establecido en el contrato de licencia de su obra.

b. El derecho del autor de ser nombrado siempre con su obra.

*Justificación: el derecho de paternidad es mencionar el nombre del autor de la obra cada vez que es reproducida o comunicada publicamente*

4)Los derechos morales de autor pueden ser cedidos en un contrato de licencia:

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

*Justificación: se pueden licenciar pero no se pueden ceder, los derechos morales son intransferibles*

5) El sistema del derecho de autor protege todo tipo de obras que sean novedosas.

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

*Justificación: el derecho de autor protege obras originales reproducibles y pueden ser o no novedosas*

## **CUESTIONARIO 2**

1) La frase “Estrategia comercial por la que una marca es extendida e incorporada a un nuevo producto, servicio, actividad o contenido, diversificando la oferta.” está explicando uno de los siguientes conceptos:

Seleccione una:

a. Adaptación de obra

b. Extensión de marca

c. Acuerdo de co-branding

*Justificación: a partir de ese ADN es posible diseñar estrategias de innovación que denominamos “estrategias de escalabilidad” habitualmente asociadas a lo*

que se denomina extensión de marca que amplifican el ADN

2) ¿Cómo definirían la siguiente situación a partir de los conceptos jurídicos y de negocios tratados en la materia?



Seleccione una:

- a. Licencia de marca de Oreo a Milka, Co-branding y Derecho de adaptación de obra.
- b. **Licencia de marca de Oreo a Milka y Co-branding.**
- c. Licencia de marca de Oreo a Milka.

*Justificación: es co-branding porque es a una alianza estratégica y temporal entre dos o más empresas con el fin de aumentar su rentabilidad y mejorar su posicionamiento gracias a la potencia y valor de marca. Es una licencia porque la marca OREO concede el producto a MILKA para que produzca y venda productos con esa marca*

3) Sobre una obra protegida con derecho de autor yo puedo:

Seleccione una:

- a. **Licenciar mi derecho de adaptación y distribución**
- b. Transferir mi derecho de publicación y paternidad

*Justificación: el derecho de autor se puede licenciar pero no transferir*

4) ¿Qué derechos de autor se ponen en juego en la creación de estos juguetes de la cajita feliz de Mcdonalds?



- a. Derecho de reproducción de los caracteres originales de la película.

b. Derecho de adaptación, porque son obras originales derivadas de obras originarias “originales”.

c. No hay adaptación ya que no existe una obra original sobre la que pueda ejercerse la adaptación y creación de obra.

*Justificación: Por adaptación se entiende, por lo general, la modificación de una obra a los fines de crear otra. En este caso se adapto la película star wars a los juguetes*

5) La frase “Estrategia comercial por la que un titular de marca se vincula con otro titular de marca para ofrecer un producto, servicio, actividad o contenido al que se vincularán ambas marcas conjuntamente” está explicando uno de los siguientes conceptos:

Seleccione una:

a. Adaptación de Obra

b. Acuerdo de Co-branding

c. Extensión de Marca

*Justificación: es co-branding porque es a una alianza estratégica y temporal entre dos o más empresas con el fin de aumentar su rentabilidad y mejorar su posicionamiento gracias a la potencia y valor de marca.*

6) Cuando la Extensión de Marca es realizada por un tercero, es necesario que el titular de esa marca le otorgue a ese tercero una licencia de marca, para poder así desarrollar el producto o servicio por cuenta propia.

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

*Justificación: Por concesión de licencias se entiende que el titular del derecho de autor conserva la propiedad pero autoriza a un tercero a realizar determinados actos protegidos por sus derechos patrimoniales, por lo general, durante un plazo específico y con una finalidad concreta.*

7) Qué frase define correctamente adaptación.

Seleccione una:

a. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original, a los fines de crear otra obra derivada, original o no.

b. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original, a los fines de crear otra obra derivada original.

c. El derecho de adaptación es la modificación de una obra original o no, a los fines de crear otra obra derivada original.

*Justificación: Por adaptación se entiende, por lo general, la modificación de una obra a los fines de crear otra. En este caso se adapto la película star wars a los juguetes*



8) Un ilustrador realiza un personaje a partir de la directiva creativa de un cliente. ¿Cual de las siguientes afirmaciones es correcta para este escenario?

Seleccione una:

- a. El cliente es el titular del derecho de autor sobre la ilustración, porque es quien realiza la directiva creativa que es ejecutada por el diseñador.
- b. El cliente es el titular del derecho de autor sobre la ilustración, porque habiendo servicios de diseño los derechos de autor corresponden al cliente.

*Justificación: El derecho moral de paternidad, siempre quedará en el diseñador, y por tal razón es lógico afirmar que la empresa, en tantas oportunidades como sea posible, debe visualizar el "design by". Ahora bien, aunque el diseñador haya transferido a la empresa cliente todos los derechos patrimoniales sobre la Obra, ello no significa que la empresa posea los derechos exclusivos de uso de esa Obra como un signo distintivo de productos o servicios.*

9) Cuando una estrategia de Extensión de Marca se relaciona con un producto o contenido que deriva de una obra original protegida por derecho de autor, ello no implica ejercicio del derecho de adaptación.



---

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: Por adaptación se entiende, por lo general, la modificación de una obra a los fines de crear otra. En este caso se adaptó el juego angry birds a una película*



10. El derecho de paternidad sobre una ilustración y el derecho de adaptación, son algunos de los llamados derechos morales de autor.

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: el derecho de paternidad es moral pero el derecho de adaptación es patrimonial*

11. Cuando una estrategia de Extensión de Marca se relaciona con un producto o contenido que no deriva de una obra original protegida por derecho de autor, como el de la imagen, ello no implica ejercicio del derecho de adaptación.



Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: Por adaptación se entiende, por lo general, la modificación de una obra a los fines de crear otra. No hay ninguna modificación de obra. A partir del ADN de una marca es posible diseñar estrategias de innovación que denominamos “estrategias de escalabilidad” habitualmente asociadas a lo que se denomina extensión de marca que amplifican el ADN*

12. Cuando un autor de un libro cuya historia posee diferentes personajes originales crea a partir de ellos una línea de peluches para infantes, no está ejerciendo ningún derecho de adaptación, porque ya es titular de los derechos sobre los personajes originales del libro.

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

13. Observando las siguientes toallas para niños, ¿cuál de las siguientes opciones es correcta en torno a derechos de adaptación?



Seleccione una:

- a. Hay adaptación en ambos casos, porque ambos tienen un formato diferente (obra visual reproducida sobre soporte tela) al que tenía Minnie originalmente (obra visual). b. No hay adaptación en ninguno de los dos casos porque en ninguno se crea una obra derivada original.

14. Un diseñador crea un personaje inspirado en la naturaleza, que reviste características de obra original, y del que desarrollará una serie limitada de art toys. ¿En qué momento se puede considerar protegido por el derecho de autor?

- a. En el momento en que el diseñador realiza los primeros bocetos que revistan identidad suficiente como para reflejar todos los rasgos del personaje.  
 b. En el momento en que se realiza el primer prototipo físico del producto.  
 c. 6 meses desde que fue concebida y publicada la obra.  
 d. En el momento en que el diseñador visualiza en su mente e imaginario las características del personaje.  
 e. A partir de su monetización en el mercado.

### CUESTIONARIO 3

1. ¿Se puede usar la marca antes de que sea registrada?

Seleccione una:

- a. Si, incluso se puede afirmar que el derecho sobre la marca se obtiene mediante el uso. b. No, porque ello necesariamente afecta los derechos de terceros,  
 c. Sí, pero este uso no constituye el derecho sobre esa marca porque el derecho se obtiene con el registro.

*Justificación: si no la registraste cualquiera puede copiarla*

2. ¿Como obtengo el derecho exclusivo sobre una marca?

- a. Con su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial b.  
 Con su registro ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual  
 c. Con su registro en la Dirección Nacional de Derecho de Autor

*Justificación: En el INPI dentro de argentina, en caso de hacerlo en otro país hay que ver su departamento encargado de eso*

3. Determine si la siguiente frase es Verdadera o Falsa (V, F): “La forma necesaria de un producto puede ser registrada como marca no-tradicional”

- a. Falsa
- b. Verdadera

*Justificación: las marcas no tradicionales son formas, sonidos y otras (ejemplos signos visual, o olfativas)*


4. Determine si la siguiente frase es Verdadera o Falsa (V, F): “El reemplazo de la letra C por la letra K, y de la letra N por la letra M no es suficiente para que las marcas denominativas CALINA y KALIMA dejen de ser confundibles”

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: al pronunciarlas son muy similares*

5. Determine si la siguiente frase es Verdadera o Falsa (V, F): “Si la marca CALINA estuviera registrada en clase 42 (servicios de diseño) habría una razonable posibilidad de registrar la marca “KALIMA DISEÑO” en la clase 42, porque no se trata de marcas confundibles.

 No escojan marcas que tengan modificadas consonantes (Ej KONIKA Vs. CONICA), porque ello no es ninguna garantía para evitar similitud. La similitud fonética de marca (aunque varíen algunas consonantes o vocales!) es una causa muy seria de conflicto legal.

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: al pronunciarlas son muy similares pero al agregarle la palabra diseño se distinguen*

6. Si en una Clase Marcaria que NO tiene relación con la Clase Marcaria en la que vos necesitás registrar, existiera registrada previamente una marca denominativa igual a la tuya, ello no representaría un impedimento para el registro de tu marca

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: Verdadera porque son clases distintas*

7. “Las Renovaciones de marca se pueden solicitar desde los seis (6) meses previos al vencimiento de la marca”

Seleccione una:

- a. Verdadero
- b. Falso

*Justificación: Las Renovaciones se pueden solicitar desde los seis (6) meses previos al vencimiento de la marca. Si se realiza con la marca vencida (y hasta los 6 meses posteriores al vencimiento) se deberá abonar, además, el arancel de periodo de gracia por Renovación de Registro Vencido.*

8. Las renovaciones de marca se pueden realizar incluso si la marca ya se encuentra vencida, hasta los tres (3) meses posteriores al vencimiento.

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

*Justificación: Las Renovaciones se pueden solicitar desde los seis (6) meses previos al vencimiento de la marca. Si se realiza con la marca vencida (y hasta los 6 meses posteriores al vencimiento) se deberá abonar, además, el arancel de periodo de gracia por Renovación de Registro Vencido.*

9. Si la marca ya existe registrada en otro país, no puedo registrarla en Argentina

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

10. Si una marca no se encuentra registrada en Argentina, pero ya existe registrada en muchos países en mis Clases Marcarias de interés y NO están disponibles los nombres de dominio internacionales ni los nombres de usuario de redes sociales, probablemente no se trata de una marca óptima para una futura estrategia de internacionalización de marca.

Seleccione una:

a. Verdadero

b. Falso

#### **CUESTIONARIO 4**

1. La protección de diseño industrial en INPI tiene un plazo de protección de:

Seleccione una:

a. 20 años sin posibilidad de volver a renovarse

b. 5 años con posibilidad de renovarse por 5 años más

c. 5 años con posibilidad de renovación en dos períodos consecutivos de 5 años cada una

d. 10 años con posibilidad de renovarse por 5 años más

2. Si creo una ilustración aplicada a una camiseta, para ejercer el derecho de explotación del producto, debería:

Seleccione una:

a. Registrarlo como Diseño Industrial.

b. Registrarlo como Marca.

c. Registrarlo como modelo industrial.

*Justificación: Los modelos industriales (aspectos tridimensionales) y los diseños industriales (aspectos bidimensionales) son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le da características estéticas o decorativas.*

3. Si creo una forma novedosa y posee novedad Mundial, ¿qué modo de protección encuentro en nuestro país?

Seleccione una:

- a. Marca no tradicional
- b. **Modelo Industrial**
- c. Derecho de Autor
- d. Diseño Industrial

*Justificación: los modelos industriales se registran a nivel territorial no mundial*

4. En términos de Propiedad Industrial, qué se define como Diseño Industrial ?

Seleccione una:

- a. Se considera diseño industrial a las formas incorporadas que optimizan de la función para el cual está concebido un objeto, herramienta, utensilio o dispositivo.
- b. Se considera diseño industrial a las formas incorporadas a un producto industrial o artesanal que le confiere carácter ornamental.
- c. **Se considera diseño industrial al aspecto ornamental o estético de un artículo, en rasgos bidimensionales, como motivos, líneas o colores.**
- d. Se considera diseño industrial a los productos que contemplen una configuración distinta y fisonomía propia y novedosa con respecto a modelos o diseños industriales anteriores.

*Justificación: Los modelos industriales (aspectos tridimensionales) y los diseños industriales (aspectos bidimensionales) son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le da características estéticas o decorativas.*

5. ¿Qué sucede cuando necesito hacer varias presentaciones juntas en el Departamento de Modelos y Diseños Industriales?

Seleccione una:

- a. **En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta veinte (20) Modelos/Diseños Industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej Todos muebles.**
- b. En una misma solicitud sólo se podrá incluir 1 (un) Modelo y 1 (un) Diseño Industrial
- c. En una misma solicitud no se podrá incluir más de 1 (un) Modelos/Diseños industriales solamente.
- d. En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta cinco (5) Modelos/Diseños y ejemplos de realización diferentes que pertenezcan a la misma clase. El. Todo Vajilla

6. Los modelos industriales que pueden ser protegidos por la ley son:

Seleccione una:

- a. Aquellos que fueron publicados y registrados que posean características funcionales relevantes y estén dentro de los 6 meses de su publicación
- b. **Aquellos que protegen la forma 3D a un producto industrial que le confiere carácter ornamental**

- c. Aquellos que posean una forma distinta poco novedosa pero original y puedan ser protegidos por sus atributos estéticos.
- d. Aquellos que hayan sido explotados públicamente antes de ser presentados en INPI, impuestos por la función, y que solo sea un cambio de color

*Justificación: Los modelos industriales (aspectos tridimensionales) son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le da características estéticas o decorativas.*

#### 7. Los diseños industriales que pueden ser protegidos por la ley

son: Seleccione una:

- a. Aquellos que protegen el aspecto 2D incorporado a un producto industrial que le confiere carácter ornamental.
- b. Aquellos que posean una forma distinta poco novedosa pero original y puedan ser protegidos por sus atributos estéticos.
- c. Aquellos que fueron publicados y registrados que posean características funcionales relevantes y estén dentro de los 6 meses de su publicación.
- d. Aquellos que hayan sido explotados públicamente antes de ser presentados en INPI, impuestos por la función, y que solo sea un cambio de color.

*Justificación: Los diseños industriales (aspectos bidimensionales) son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le da características estéticas o decorativas.*

#### 8. La forma jurídica de diseño industrial protege:

Seleccione una:

- a. La forma novedosa de un producto.
- b. Aspecto estético bidimensional aplicado a un producto
- c. Una obra original

*Justificación: Los diseños industriales (aspectos bidimensionales) son nuevas formas incorporadas o aplicadas a un producto industrial o artesanal que le da características estéticas o decorativas.*

#### 9. Diseñe un producto que quedaría amparado por la figura del modelo industrial.

Seleccione una:

- a. El INPI verificará en anteriores registros mundiales antes de otorgar el registro solicitado.
- b. El INPI verifica los requisitos formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa y pago de la tasa correspondiente y aceptará el registro.
- c. El INPI no verifica los requisitos formales de la presentación y aceptará el registro.
- d. El INPI pedirá informes de registros anteriores a los países integrantes del mercosur antes de otorgar el registro solicitado.

#### 10. ¿En dónde tiene validez el registro obtenido en el INPI de modelo de utilidad?

Seleccione una:

- a. El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país, y en países limítrofes automáticamente.

- b. El registro tiene validez en los países de la Unión Europea y América, sin otro trámite.
- c. El registro tiene validez en los países integrantes del Mercosur automáticamente.
- d. El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país y puede ser registrado en otros países mediante la presentación del documento local

11. Creo un producto que quedaría amparado por la figura del modelo industrial. Cuando hago la presentación, el INPI verifica:

Seleccione una:

- a. El INPI verifica los requisitos formales de la presentación y acepta el registro.
- b. El INPI aceptará el trámite, publicará el modelo industrial solicitado y si no se presenta oposición en un lapso de 6 meses, aceptará el registro.
- c. El INPI pedirá informes de registros anteriores a los países integrantes del mercosur antes de otorgar el registro solicitado.
- d. El INPI verificará en anteriores registros mundiales antes de otorgar el registro solicitado.

12. El modelo industrial protege:

Seleccione una:

- a. Forma tridimensional aplicado a un producto
- b. La idea aplicada a un producto
- c. Aspecto bidimensional aplicado a un producto
- d. La originalidad aplicada a un producto

13. Si tengo una creación en dominio público :

Seleccione una:

- a. Puedo publicarlo en mi portfolio online.
- b. Puedo ceder sus derechos de Propiedad Intelectual
- c. Puedo otorgar una licencia de fabricación y comercialización

14. Ud. ha creado un producto industrial y dado el carácter novedoso de su forma lo protegió como Modelo Industrial pero además presenta características con suficiente grado de originalidad, y accede así a otro sistema de protección. Esta protección distinta le dará derechos durante el siguiente lapso de tiempo .....

Seleccione una:

- a. 20 años
- b. Hasta 70 años después de la muerte del autor/a.
- c. 10 años
- d. 5 años renovable en 2 lapsos más de igual tiempo

15. Los requisitos que debe presentar un producto para poder registrar un modelo industrial son:

Seleccione una:

- a. Novedoso y aspectos estéticos del cambio de color
- b. Novedoso y original
- c. Novedoso y aspectos estético del cambio funcional

d. Novedoso y ser distinto a modelos ya presentados

## CUESTIONARIO 5

1. En relación a la importancia de la PI en los Modelos de Negocio, la Relación Cliente tiene como función principal

Seleccione una:

- a. Proponer - Asociar - Licenciar
- b. Conocer - Segmentar - Asociar
- c. Captar - Fidelizar - Aumentar
- d. Contactar - Acercar – Monetizar

*Justificación: las Relaciones Clientes tienen como una de sus funciones principales la captación de nuevos cliente, y el prestigio -directamente relacionado con la gestión de una marca- facilita esa captación.*

2. A qué nos referimos con una propuesta de valor híbrida ?

Seleccione una:

- a. a una migración de producto a servicio
- b. a la que contempla productos con servicios relacionados
- c. a una prop de valor que que se define dinámicamente
- d. a la que contempla tangibles e intangibles

*Justificación: La hibridación es la forma de denominar a la integración de tangibles e intangibles que se produce en los proyectos y negocios del mundo contemporáneo, y que se acentuará cada día más en el futuro.*

3. Las Licencias son un recurso derivado de :

Seleccione una:

- a. la existencia de segmentos diversificados del mercado
- b. el impedimento de aplicación de otros modelos de monetización
- c. la necesidad de proteger el knowhow de la empresa
- d. la existencia de intangibles apropiados

4.Cuál es la función de los canales ?

Seleccione una:

- a. Informar - testear - comprar
- b. Diversificar - expandir - dirigir
- c. Producir - asociar - licenciar
- d. asociar - proyectar - licenciar

5. La matriz ERIC

Seleccione una:

- a. Es un sistema gráfico de evaluación de oportunidades de Monetización
- b. Es un formato de análisis de estrategias de



posicionamiento de Marca. **c. Es una herramienta estratégica de Innovación**

*Justificación: Eliminar, reducir, incrementar y crear. Donde se eliminan y reducen costos, y se incrementa y crea valor.*

6. Sobre una obra protegida con derecho de autor yo puedo:

Seleccione una:

- a. Transferir mi derecho de publicación y paternidad
- b. Licenciar mi derecho de adaptación y distribución**

7. Sobre de la hibridación de la Propuesta de Valor, podemos reconocer la existencia de 2 tipos de intangibles,..

Seleccione una:

- a. Dinámicos y Estáticos
- b. Adaptables y Extensibles
- c. Básicos y Sutiles**

## **CUESTIONARIO 6**

1. A qué nos referimos con una propuesta de valor híbrida ?

Seleccione una:

- a. a la que contempla productos con servicios relacionados
- b. a una prop de valor que se define dinámicamente
- c. a la que contempla tangibles e intangibles**
- d. a una migración de producto a servicio

2. A qué nos referimos con valor direccionado

Seleccione una:

- a. al precio del producto regulado según la demanda
- b. al diferencial con la propuesta de valor de un competidor
- c. a la monetización variante según tendencias y demandas
- d. a la propuesta de valor híbrida que responde a un segmento de**

**mercado** 3. Qué se podría entender por un “cliente ideal” ?

Seleccione una:

- a. a un cliente que se define por el precio del producto.
- b. a un grupo de clientes que no requiere un valor diferenciado.
- c. a la unión de varios segmentos que tienen algo en común.**

4. Indique la frase adecuada

Seleccione una:

- a. Los segmentos de mercado de una misma propuesta de valor requieren un mismo modelo de ingreso.
- b. El modelo de ingreso está relacionado al segmento de mercado.**
- c. La propuesta de valor requiere un modelo de ingreso no convencional.

5.Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa ...

Seleccione una:

- a. desarrolla su propuesta económica y comercial
- b. registra, licencia y monetiza su producción
- c. crea, proporciona y capta valor

6.Cuál es la función de los canales ?

Seleccione una:

- a. Producir - asociar - licenciar
- b. asociar - proyectar - licenciar
- c. Diversificar - expandir - dirigir
- d. Informar - testear - comprar

7. En la pirámide de Maslow, qué área se encuentra en la sección superior o cúspide

Seleccione una:

- a. Necesidades Básicas
- b. Seguridad Personal
- c. Reconocimiento
- d. Autorealización

8. En relación al Modelo de Negocio y los segmentos de mercado, podemos afirmar que ...

Seleccione una:

- a. cada segmento de mercado tiene un modelo de ingreso y propuesta de valor específica
- b. todos los segmentos de mercado tienen en común una misma propuesta de valor y modelo de ingreso
- c. cada segmento de mercado tiene un modelo de ingreso propio y una misma propuesta de valor

## **CUESTIONARIO 8**

1.Una mejora funcional y utilitaria de una tenaza debería ser protegida como...

- a.patente de invención
- b.modelo industrial
- c.diseño industrial
- d. modelo de utilidad

2.Los requisitos para registrar una patente son...

- a. novedad y aplicación industrial
- b.Novedad, aplicación industrial y altura inventiva
- c.aplicación industrial y altura inventiva
- d.Novedad y altura inventiva

3.La protección de Modelo de utilidad en Argentina tiene un plazo de protección de:

- a. 20 años sin renovación
- b. 20 años con renovación cada 5 años
- c. 10 años con renovación (Protección territorial)
- d. 10 años sin renovación (Protección territorial)

4. Cuando una patente, está haciendo un acuerdo con el estado de:

- a. Licenciamiento
- b. Producción
- c. Gestión del Intangible
- d. Divulgación

5. ¿En dónde tiene validez el registro obtenido en el INPI de modelo de utilidad?

- a. El registro tiene validez en los países integrantes del mercosur automáticamente
- b. El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país y puede ser registrado en otros países mediante la presentación del documento local
- c. El registro tiene validez territorial dentro del ámbito de nuestro país y en países limítrofes automáticamente
- d. El registro tiene validez en los países de la Unión Europea y América, sin otro

6. Si presento mi invento en una exposición pero no lo tengo patentado puedo:

- a. Patentarlo hasta un año después de la divulgación
- b. Patentarlo cuando desee porque los derechos son de mi propiedad
- c. Patentarlo dentro de los 2 años de divulgación
- d. Patentarlo cuando desee porque los derechos nacieron cuando desarrolle mi

7. Los datos que encuentro en una solicitud de patente son:

- a. Datos que describen al autor y su trayectoria, los inventores y que inventos realizaron en su carrera
- b. Datos referente a la empresa, su estatus, sus finanzas y sus autores
- c. Datos como el número de publicación, los autores, la empresa, la descripción del invento y los países de origen
- d. Datos solo de información técnica referentes al invento

*Justificación: La información contenida en las patentes hace referencia, por lo general, a la información que figura en las solicitudes de patente y en las patentes concedidas. Esta información puede incluir datos bibliográficos sobre el inventor y el solicitante o el titular de la patente, una descripción de la invención reivindicada y los avances relacionados en el sector de la tecnología, y una lista de reivindicaciones que indican el alcance de la protección por patente pedida por el solicitante.*

8. La protección de Patentes en Argentina tiene un plazo de protección de:

- a. 10 años sin renovación (es territorial – novedad mundial)
- b. 10 años con renovación cada 5 años (es territorial)
- c. 20 años con renovación (protección territorial – novedad mundial)
- d. 20 años sin renovación (Protección territorial – novedad mundial)

9. Si quiero patentar mi nuevo invento/creación en diferentes países desde Argentina debo:

- a. Patentar en Argentina y luego en todos los países donde quiero tener alcance de protección
- b. Patentar en Argentina y luego en el INPI para tener protección mundial
- c. Ninguna de las mencionadas
- d. Patentar solamente en INPI ya que la protección es mundial

## **PREGUNTAS SUELTAS**

1-Los DERECHOS DE AUTOR NACEN desde...

- a. La creación de la obra.
- b. Desde la publicación de la obra.
- c. La realización del depósito en Dirección Nacional de Derecho de Autor.

2-En el escenario de modelo de negocio hablamos sobre la marca y la replicabilidad. En la gestión de DERECHOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL en lo que respecta a DERECHO DE AUTOR, hablamos de...

- a. Multiformato - Adaptar - Diversificar
- b. Adaptar - Extender - Homogéneo
- c. Relacionar - Multiformato - Amplificar

3.El derecho de autor requiere originalidad para ser contemplado. La MARCA, en cambio, requiere...

- a. Capacidad distintiva.
- b. Escalabilidad
- c. Capacidad aplicativa.

4.Junto a dos COMPAÑEROS de FADU creamos una bicicleta pero yo solo presento el registro en INPI como modelo industrial, mis compañeros:

- a. Todos tienen derecho a protegerlo como modelo industrial.
- b. Perdieron todo derecho de propiedad sobre el diseño.
- c. Yo debería licenciarle el diseño si ya está registrado.

5.Cuáles son las contraprestaciones posibles de una licencia?:

- a. Obtener una licencia.
- b. Justificar los derechos morales que me brinda la patente obtenida.
- c. Aumentar mis derechos patrimoniales.
- d. Permitir que el diseño pueda ser protegido.

## **PARCIAL PRESENCIAL 1**

1. Verdadero o falso

- a. Esta creación podría protegerse indistintamente como Obra de Arte Aplicada, Modelo Industrial o Marca no tradicional **VERDADERO**



- b. Licenciar es transferir la propiedad del derecho a otro, bajo ciertas condiciones de tiempo, territorio y modo **VERDADERO**
- c. Depositar en la dirección Nacional de Derechos de Autor de Argentina el logo que he creado para mi cliente, le evitara tener que registrarlo como marca en cada país donde quiera desarrollar sus actividades comerciales **FALSO**
- d. Los grupos de clientes pertenecen a diferentes segmentos y sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente **VERDADERO**
- e. Los modelos de utilidad pueden no poseer altura inventiva **VERDADERO**
- f. el diseño de la parrilla frontal de un vehículo eléctrico podrá ser registrado como marca no tradicional si posee capacidad distintiva **VERDADERO**
- g. Si deposite mi obra original en la dirección nacional de derechos de autor de Argentina, podría conceder a otros licencias de uso de esta obra, incluso en países donde no la haya depositado? **FALSO**

*Justificación: El alcance es mundial pero los derechos ejercidos son territoriales*

- h. Si mi empresa atiende a dos o más segmentos de mercado que no se encuentran relacionados, hablamos de mercado diversificado? **VERDADERO**
- i. Las empresas que recurren a una relación de colaboración con los clientes, implementan una estrategia de creación colectiva de valor **VERDADERO**
- j. El derecho de mantener la integridad de una obra de arte aplicada a indumentaria que propone una reflexión en torno a género y libertad, y el derecho de transformarla, son algunos de los llamados derechos morales de autor **FALSO**
- k. Para otorgarle a alguien una licencia de marca para que realice bajo mi marca una actividad comercial diferente a la que desarrolla mi empresa es, conveniente, pero no necesario, registrar primero mi marca en la clase marcaria del nomenclador de Niza relacionada con dicha actividad **VERDADERO**
- l. el autor de una ilustración a mano alzada puede ceder a un cliente la titularidad del derecho de transformarla, como así la titularidad del derecho de mantenerla íntegra **FALSO**

m. el modelo de utilidad protege productos y procesos **FALSO**

## 2. Desarrolle las siguientes preguntas

- a. Habitualmente, ¿La innovación abierta saliente implica también innovación abierta entrante? ¿O es al revés? Justifique su respuesta y describa brevemente un

caso imaginario de innovación abierta para un sector de la industria específico, detallando quiénes serían los actores que intervendrían, el valor aportado, el valor recibido y el producto o servicio creado

Si, correcto. Porque la innovación abierta entrante es cuando recibo IP de diferentes lugares pero controlo la propiedad de la innovación saliente que es mía y no queda en dominio público. En cambio la abierta saliente también recibe IP abiertamente igual que la entrante pero licencio abiertamente el uso de las creaciones. Por ejemplo FREEPIK

b. Describa brevemente 2 escenarios de link 33 “intangibles, licencias, innovación abierta” ayudándose con un ejemplo y defina qué son las licencias y las cesiones

Escenario 1, economía tradicional:  
1) Investigo, diseño, desarrollo un producto. 2) Fabrico ese producto. 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones). Hago negocios en torno a productos. Por ejemplo venta de ropa.

Escenario 2, economía intangible:

1) Investigo, diseño, desarrollo un producto 2) Fabrico ese producto 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones), pero además... 4) Licencio (o cedo) a otros el derecho de fabricar y vender el producto que yo diseñé, en mercados a los que no logro llegar físicamente, a cambio recibo regalías o royalties. Hago negocios en torno a productos y en torno a derechos. Ejemplo Hello kitty.

Licencias: el titular conserva la prioridad pero autoriza un tercero a realizar ciertos actos protegidos por sus derechos patrimoniales durante un plazo específicos

Cesiones: traspaso de un derecho de propiedad, el titular cede el derecho de autorizar o prohibir ciertos actos. La persona que se le haya cedido el derecho pasa a ser el nuevo propietario

c. Mencione las ventajas y desventajas de la implementación de canales directos en comparación a los canales de socios, en nuestro modelo de negocio. Cuando son propios y directos, se trata de un equipo comercial, de venta por internet mediante un sitio web, entre otros. Este tipo de canales presentan ciertos beneficios, pero también hay que tener en cuenta que generan un costo y una gestión mayor. Por otra parte, cuando se trata de canales de socios e indirectos, hablándose de tiendas, mayoristas, etc., los beneficios son menores pero el ámbito de acción, el alcance, es mayor

d. Explique brevemente ¿Qué protegen las figuras de diseños y modelos industriales? Plazo de protección y requisitos

Modelos industriales protegen formas 3d y los diseños industriales 2d con aspectos ornamentales, novedosos y reproducibles por medios industriales. El plazo de protección arranca desde el trámite de registro hasta 15 años con dos renovaciones cada 5 años solicitando hasta 6 meses antes del vencimiento

3. Lea el siguiente caso y conteste en no más de 3 renglones

¿Qué protección otorgaría a este producto? ¿Qué características debe tener para ser protegido y aceptado como tal? ¿Cuál es el plazo de protección?



Le otorgaría protección modelo industrial y registro de marca. El modelo industrial es 3d, novedoso, aspecto ornamental y reproducible por medios industriales. El plazo de protección de 15 años con 2 renovaciones de 5 años. Registro de marca mixta porque es una combinación de figura y palabra distintivo. 10 años desde que se concede y se renueva indefinidamente cada 10 años

#### 4. Lea el siguiente caso y conteste en no más de 3 renglones por pregunta

*La silla Eutopía del diseñador Francisco Gomez Paz esta resuelta en madera y producida en salta*



a. ¿Cuáles son los derechos de Propiedad Industrial que podría obtener, con qué alcance territorial y por cuanto tiempo?

Modelo Industrial, con alcance en todo el país y por quince años con dos renovaciones. Se paga registro por cada país y se le agiliza el trámite en los países que estén dentro del Convenio de París

b. ¿Qué oportunidades de protección tendría frente a alguien que la desarrolle en fundición de aluminio?

Cuando se protege un modelo/diseño industrial mediante su registro, se otorga al titular el derecho de impedir la reproducción o imitación no autorizadas por parte de terceros. Esto contempla el derecho a excluirlos de fabricar, ofertar, importar, exportar o vender cualquier producto en el que esté incorporado o aplicado el modelo o diseño registrado.

c.

Sí. Marcas no tradicionales pueden ser formas. Para poder ser considerada marca registrable, la forma debe tener capacidad distintiva.

d.

Si se puede, como obra de arte aplicada y la vigencia es hasta 70 años posterior de la muerte del autor.

## **PARCIAL PRESENCIAL 2**

### 1. Verdadero o falso

a. Si hablamos de segmentos específicos y especializados hablamos de nicho de mercado **VERDADERO**

b. Depositar en la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Argentina el logo que he creado para mi cliente, le evitará tener que registrarlo como marca en cada país

dónde quiera desarrollar sus actividades comerciales **FALSO**

c. Si deposité mi obra original en la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Argentina podría conceder a otros licencias de esa obra, incluso en países donde no la haya depositado **FALSO**

d. Esta creación podría protegerse como Obra de Arte Aplicada porque posee forma novedosa **FALSO**



e. Un mismo grupo de clientes puede pertenecer al mismo segmento aún si presentan índices rentabilidad muy diferentes **FALSO**

f. Las empresas que recurren a una relación de colaboración con los clientes implementan una estrategia de creación colectiva de valor **VERDADERO**

g. Cuando la propuesta de valor está compuesta por la combinación de tangibles e intangibles, la llamamos “híbrida” **VERDADERO**

h. Cuando otorgo una licencia cruzada, autorizo a otro el uso de mi creación por una retribución monetaria **FALSO**

i. Las patentes de invención no necesariamente deben tener altura inventiva **FALSO**

j. El diseño exterior de una parte de un producto, como por ejemplo, una brocha de cierre de una cartera, podría ser registrado como una marca no tradicional si posee capacidad distintiva **VERDADERO**

k. Un influencer puede ser entendido como un Aliado Clave cuando nos ayuda a divulgar nuestro proyecto, incluso si cobra por sus servicios **VERDADERO**

l. Si mi diseño/modelo industrial es novedoso solamente en Argentina, puedo registrarlo en mi país **FALSO (es novedad mundial)**

. Para otorgarle a alguien una licencia de marca para que realice bajo mi marca una actividad comercial diferente a la que desarrolla mi empresa es, conveniente, pero no necesario, registrar primero mi marca en la clase marcaria del nomenclador de Niza relacionada con dicha actividad **VERDADERO**

## 2. Desarrolle las siguientes preguntas

a. Describa brevemente 2 escenarios de link 33 “intangibles, licencias,



innovación abierta” ayudándose con un ejemplo y defina qué son las licencias y las cesiones

Escenario 1, economía tradicional:  
1) Investigo, diseño, desarrollo un producto. 2) Fabrico ese producto. 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones). Hago negocios en torno a productos. Por ejemplo venta de ropa.

Escenario 2, economía intangible:

1) Investigo, diseño, desarrollo un producto 2) Fabrico ese producto 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones), pero además... 4) Licencio (o cedo) a otros el derecho de fabricar y vender el producto que yo diseñé, en mercados a los que no logro llegar físicamente, a cambio recibo regalías o royalties. Hago negocios en torno a productos y en torno a derechos. Ejemplo Hello kitty.

Licencias: el titular conserva la prioridad pero autoriza un tercero a realizar ciertos actos protegidos por sus derechos patrimoniales durante un plazo específicos

Cesiones: traspaso de un derecho de propiedad, el titular cede el derecho de autorizar o prohibir ciertos actos. La persona que se le haya cedido el derecho pasa a ser el nuevo propietario

b. Explique porque las franquicias son un ejemplo de “replicabilidad” detallando los elementos que las componen que son objetos de replicación.

Replicabilidad: Se trata de dar licencias para permitir a otro “replicar” lo que he creado y protegido. Replicar ya sea el modelo industrial o incluso franquicias, donde lo que se vende no es el producto en sí sino el modelo de negocio. Las franquicias son la suma de varias licencias (marca registrada, Know How, arquitectura comercial).

c. Explique 3 tipos de marca no tradicional de diferente tipo ¿Dónde se protegen, cuánto tiempo de vigencia poseen?

Pueden ser las formas (productos y puntos de venta), sonidos y otros caracteres distintivos no típicos (ejemplo signos visuales con movimientos). Se protegen en el INPI y duran 10 años con renovación indefinidamente

d. Habitualmente, ¿La innovación abierta saliente implica también innovación abierta entrante? ¿O es al revés? Justifique su respuesta y describa brevemente un caso imaginario de innovación abierta para un sector de la industria específico, detallando quiénes serían los actores que intervendrían, el valor aportado, el valor recibido y el producto o servicio creado

Si, correcto. Porque la innovación abierta entrante es cuando recibo IP de diferentes lugares pero controlo la propiedad de la innovación saliente que es mia y no queda en dominio público. En cambio la abierta saliente tambien recibe IP abiertamente igual que la entrante pero licencio abiertamente el uso de las creaciones. Por ejemplo FREEPIK

3. Lea el siguiente caso y conteste en no más de 3 renglones

Este es un producto al cual, para cumplir mejor su función, se le ha modificado su forma habitual. En base a ello se le ha otorgado un derecho exclusivo de explotación industrial ¿Qué derecho ha obtenido? ¿Qué características debe tener para ser protegido y aceptado como tal? ¿Cuál es el plazo de protección?



Tiene una mejora funcional y corresponde modelo de utilidad que protege la optimización de la función para el cual está concebido un objeto, herramienta, utensilio o dispositivo. El tiempo de protección es 10 años sin renovación.

#### 4. Lea el siguiente caso y conteste en no más de 3 renglones por pregunta

*La silla Eutopía del diseñador Francisco Gomez Paz esta resuelta en madera y producida en salta*



a. ¿Cuáles son los derechos de Propiedad Industrial que podría obtener, con qué alcance territorial y por cuanto tiempo?

Modelo Industrial, con alcance en todo el país y por quince años con dos renovaciones. Se paga registro por cada país y se le agiliza el trámite en los países que estén dentro del Convenio de París

b. ¿Qué oportunidades de protección tendría frente a alguien que la desarrolle en fundición de aluminio?

Cuando se protege un modelo/diseño industrial mediante su registro, se otorga al titular el derecho de impedir la reproducción o imitación no autorizadas por parte de terceros. Esto contempla el derecho a excluirlos de fabricar, ofertar, importar, exportar o vender cualquier producto en el que esté incorporado o aplicado el modelo o diseño registrado.

c.

Sí. Marcas no tradicionales pueden ser formas. Para poder ser considerada marca registrable, la forma debe tener capacidad distintiva.

d.

Si se puede, como obra de arte aplicada y la vigencia es hasta 70 años posterior de la muerte del autor.

### **PARCIAL PRESENCIAL 3**

#### 1. Verdadero o falso

a. Cuando otorgo una licencia cruzada, autorizo a otro el uso de mi creación por una retribución monetaria **FALSO**

b. Si creo una solución a un problema técnico y ella posee novedad, altura inventiva y aplicación industrial, sería susceptible de ser protegida como Patente de Invención **VERDADERO**

c. Esta creación podría protegerse indistintamente como Obra de Arte Aplicada y/o Modelo Industrial **VERDADERO**



d. Los fundamentos de la relación con el cliente están basados en la captación, fidelización y venta sugestiva de aquellos **VERDADERO**

e. En el derecho de autor, los derechos patrimoniales comprenden el derecho a reproducción y distribución de la obra y el derecho a mantener la integridad de la misma **VERDADERO**

f. En el diseño interior o exterior de un local podría ser registrado como marca no tradicional si posee capacidad distintiva **VERDADERO**

g. Si un mismo grupo de clientes esta dispuesto a pagar por distintos aspectos de la oferta, debemos ubicarlos en diferentes segmentos y establecer una relación estratégica particular con cada uno de ellos **VERDADERO**

h. Las empresas que recurren a una relación de colaboración con los clientes, implementan una estrategia de creación colectiva de valor **VERDADERO**

i. Depositar en la Dirección Nacional de Derechos de Autor de Argentina el logo que he creado para mi cliente, le evitará tener que registrarlo como marca en cada país dónde quiera desarrollar sus actividades comerciales **FALSO**

j. Las alianzas transversales permiten a un estudio de diseño desarrollar y I+D junto a sus proveedores para mejorar la propuesta de valor frente al cliente **VERDADERO**

k. . Para otorgarle a alguien una licencia de marca para que realice bajo mi marca una actividad comercial diferente a la que desarrolla mi empresa es, conveniente, pero no necesario, registrar primero mi marca en la clase marcaria del nomenclador de Niza relacionada con dicha actividad **VERDADERO**

l. el autor de una ilustración a mano alzada puede ceder a un cliente la titularidad del derecho de transformarla, como así la titularidad del derecho de mantenerla íntegra **FALSO**

m. el modelo de utilidad protege productos y procesos **FALSO**

## 2. Desarrolle las siguientes preguntas

a. Explique brevemente cuáles son las formas de captación de valor de los activos intangibles

**“Captación de valor”:** Los activos intangibles pueden captar valor, no sólo en sentido

monetario sino también con relación al prestigio, conocimiento, información, licencias, etc

Replicabilidad: Se trata de dar licencias para permitir a otro “replicar” lo que he creado y protegido. Replicar ya sea el modelo industrial o incluso franquicias, donde lo que se vende no es el producto en sí sino el modelo de negocio. Las franquicias son la suma de varias licencias (marca registrada, Know How, arquitectura comercial).

Escalabilidad: Consiste en crear oportunidades en torno a un ADN, o incluso a una marca. Replicar el ADN no significa usar la marca para el mismo producto, sino mutando el universo de acción, es decir, otra unidad de negocio, otro producto, otro servicio. Esto sucede mucho con los personajes de películas, donde de la pantalla se extrae su imagen para que estos sean vasos, remeras, objetos de escritorio, etc.

b. Habitualmente, ¿La innovación abierta saliente implica también innovación abierta entrante? ¿O es al revés? Justifique su respuesta y describa brevemente un caso imaginario de innovación abierta para un sector de la industria específico, detallando quiénes serían los actores que intervendrían, el valor aportado, el valor recibido y el producto o servicio creado

Si, correcto. Porque la innovación abierta entrante es cuando recibo IP de diferentes lugares pero controlo la propiedad de la innovación saliente que es mia y no queda en dominio público. En cambio la abierta saliente tambien recibe IP abiertamente igual que la entrante pero licencio abiertamente el uso de las creaciones. Por ejemplo FREEPIK

c. ¿Qué es la propuesta de valor? ¿Qué significa que sea híbrida? Nombre al menos 5 elementos de propuesta de valor diferentes al precio

Propuesta de Valor: Este módulo describe los productos y servicios que crean valor para un segmento determinado. Busca satisfacer las necesidades del cliente, son las ventajas que presenta una empresa y lo que permitirá que esta se diferencia de otras. No solo encontramos valores a nivel económico (precio, velocidad de servicio), sino también el valor puede darse a nivel cualitativo (diseño, experiencia). Hoy en día se buscan propuestas híbridas, es decir que ofrezcan no solo un producto sino también un servicio tanto para el usuario directo como para el indirecto. La suma del producto, servicio, canales, relación con los clientes y modelo de ingresos, dan lugar a un valor diferente entre el mismo producto.

Existen ciertos elementos que pueden contribuir a una creación de valor: Novedad, Mejora del Rendimiento, Personalización, “El trabajo, hecho”, Diseño, Marca o Status, Precio, Reducción de Costos, Reducción de Riesgos, Accesibilidad

d. Describa brevemente 2 escenarios de link 33 “intangibles, licencias, innovación abierta” ayudándose con un ejemplo y defina qué son las licencias y las cesiones

Escenario 1, economía tradicional:

1) Investigo, diseño, desarrollo un producto. 2) Fabrico ese producto. 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones). Hago negocios en torno a productos. Por ejemplo venta de ropa.

Escenario 2, economía intangible:

1) Investigo, diseño, desarrollo un producto 2) Fabrico ese producto 3) Vendo el producto (tangibles, físicos) en mercados a los que logro llegar con la distribución física (camiones, barcos, aviones), pero además... 4) Licencio (o cedo) a otros el derecho de fabricar y vender el producto que yo diseñé, en mercados a los que no logro llegar

físicamente, a cambio recibo regalías o royalties. Hago negocios en torno a productos y en torno a derechos. Ejemplo Hello kitty.

Licencias: el titular conserva la prioridad pero autoriza un tercero a realizar ciertos actos protegidos por sus derechos patrimoniales durante un plazo específicos

Cesiones: traspaso de un derecho de propiedad, el titular cede el derecho de autorizar o prohibir ciertos actos. La persona que se le haya cedido el derecho pasa a ser el nuevo propietario

### 3. Lea el Siguiete caso y conteste en no más de 3 renglones

Tres de los cinco razones por las que no sería otorgada cierta protección al siguiente producto es que 1) hubiese sido publicado o explotado previamente 2) atentase contra la moral y las buenas costumbres y 3) se tratase solamente de un cambio de color de un producto ya registrado ¿De qué tipo de protección se trata? ¿Cuáles son las otras dos razones faltantes? ¿Cuál es el plazo de protección?



Se trata de Modelo Industrial.

Las razones faltante son:

a. Los modelos o diseños industriales que carezcan de una configuración distinta y fisonomía propia y novedosa con respecto a modelos o diseños industriales anteriores; b. Los diseños o modelos industriales cuyos elementos estén impuestos por la función técnica que debe desempeñar el producto;

Proteccion de 15 años con dos renovaciones cada 5 años.

### 4. Lea el Siguiete caso y conteste en no más de 3 renglones por pregunta

*La silla Eutopía del diseñador Francisco Gomez Paz esta resuelta en madera y producida en salta*



a. ¿Cuáles son los derechos de Propiedad Industrial que podría obtener, con qué alcance territorial y por cuanto tiempo?

Modelo Industrial, con alcance en todo el país y por quince años con dos renovaciones.

Se paga registro por cada país y se le agiliza el tramite en los países que esten dentro del Convenio de París

b. ¿Qué oportunidades de protección tendría frente a alguien que la desarrolle en fundición de aluminio?

Cuando se protege un modelo/diseño industrial mediante su registro, se otorga al titular el derecho de impedir la reproducción o imitación no autorizadas por parte de terceros. Esto contempla el derecho a excluirlos de fabricar, ofertar, importar, exportar o vender cualquier producto en el que esté incorporado o aplicado el modelo o diseño

registrado.

c.

Sí. Marcas no tradicionales pueden ser formas. Para poder ser considerada marca registrable, la forma debe tener capacidad distintiva.

d.

Si se puede, como obra de arte aplicada y la vigencia es hasta 70 años posterior de la muerte del autor.

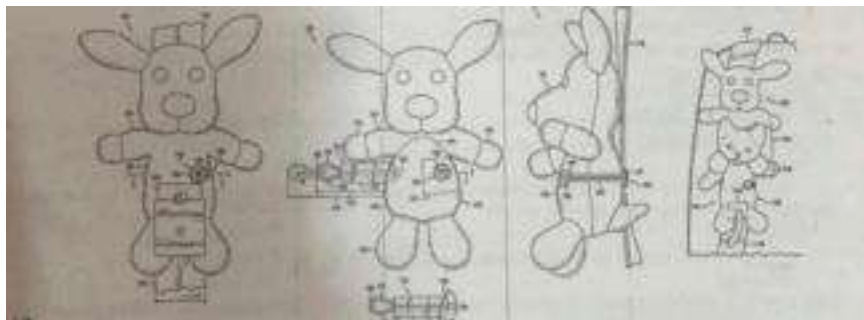
#### PARCIAL PRESENCIAL 4

##### 1. Verdadero o Falso

a. El derecho de distribución de una obra audiovisual no incluye las licencias gratuitas **VERDADERO**

b. La marca mixta permite proteger signos que combinan palabras y formas tridimensionales **FALSO**

c. “Flaqui, un muñeco de peluche con mecanismo de sujeción de correas” (hipótesis), - el autor de los siguientes dibujos, luego de divulgarlos en las redes sociales de la feria de comic de 2019, los deposita en la dirección nacional de derechos de autor de Argentina, como obra publicada. Si dentro de 7 años si el autor decidiera estampar una cuadrícula de colores al producto que eligió, podría ser el INPI el registro del conjunto como “diseño industrial” y de ese modo, podría fabricarlo y comercializarlo en Argentina con exclusividad territorial. **VERDADERO**



d. Una silla original y novedosa podría ser protegida indistintamente como obra de arte aplicado o como modelo industrial **VERDADERO**

e. El registro de marca puede ser renovado indefinidamente una vez que vence el período de 15 años de protección **FALSO**

f. Un canal estructural que cumple la función de permitir “la entrega” de un servicio, podría ser marca registrada si posee capacidad distintiva **VERDADERO**

g. Para que los planos técnicos de una máquina queden protegidos por el derecho de autor, es mérito funcional de la creación intelectual original debe estar expresado en modo reproducible, de lo contrario el depósito será nulo. **FALSO**

- h. el derecho de paternidad sobre una ilustración y el derecho de distribuirla o no, son algunas de las llamadas derechos morales de autor **VERDADERO**
- i. Los modelos de negocios diseñados con una plataforma digital, como recurso clave, no necesariamente se encuentran subordinados a las actividades claves relacionados con dicha plataforma o la red **FALSO**
- j. Cuando hablamos de recursos humanos, nos referimos al recurso conocimiento que poseen los individuos dentro de una organización **VERDADERO**
- k. El titular de una patente de invención puede solicitar la renovación de la misma cada período de 5 años con un total de 20 años **FALSO**
- l. La personalización de un producto crea valor sin aumentar los costos **FALSO**
- m. Si estoy diseñando en mi estudio un reloj y al analizar antecedentes en google encuentro que ya se ha registrado uno de forma similar en Brasil, ello no impediría que pueda realizar en Argentina el trámite de depósito del mismo como modelo industrial pero ese registro podría anularse en el futuro si alguien probase la falta de novedad de la forma **FALSO**
- n. Un producto podría protegerse como modelo industrial y, con dos años de diferencia, como diseño industrial. Para ello era necesario que en el primer caso se reivindicase su forma novedosa y, en el segundo el conjunto novedoso de esta con nueva estampa. **VERDADERO**
- ñ. Habiendo transcurrido 2 años desde el vencimiento de los 15 años de protección que confiere la figura del Modelo Industrial, una Obra de Arte Aplicada podría ser depositada como Obra Publicada en la dirección nacional de derechos de autor, pudiendo su autor ejercer los derechos morales y patrimoniales que le confiere este sistema jurídico **FALSO**
- o. El autor de una ilustración a mano alzada puede ceder a un cliente la titularidad del derecho a transformarla pero no la titularidad del derecho de mantenerla tal como la concibió **FALSO**
- p. Las franquicias son una forma de replicabilidad de los activos intangibles **VERDADERO**
- q. Un diseño de mesa novedoso podría ser protegido como Modelo Industrial dentro de los seis meses de su divulgación o comercialización **VERDADERO**
- r. La Patente de Invención puede solicitarse hasta dentro del año (1 año) de haber sido una mejora funcional novedosa y tener aplicación industrial **VERDADERO**



s. Para que un producto pueda ser protegido como Modelo de utilidad debe incorporar una mejor funcional novedosa y tener aplicación industrial

**VERDADERO**

t. dos empresas de diseño pueden establecer una alianza horizontal (bajo filosofía de cooepetencia) para realizar I+D y luego competir por separados en el mercado

**VERDADERO**

u. Un logo es creado para ser usado como marca, pero su autor puede depositarlo como ilustración ante la dirección nacional de derechos de autor para garantizar sus propios derechos morales y patrimoniales, sin existir conflicto en caso de que su cliente luego lo registre como marca **VERDADERO**

SI UN LOGO CUMPLE CON SER UNA CREACIÓN INTELECTUAL ORIGINAL EXPRESADA DE MODO REPRODUCIBLE, TAMBIÉN ESTÁ PROTEGIDO COMO ILUSTRACIÓN POR DERECHO DE AUTOR

v. La patente protege **solamente** soluciones a problemas de la técnica que sean mundialmente novedosas, estan incorporadas a un producto industrial y posean altura inventiva **FALSA**

w. La protección que el derecho de autor confiere a los planos y textos de las reivindicaciones y descripciones de un documento de patente de una “silla odontológica”, atiende y abarca los méritos funcionales de dicha creación.

**FALSO**

x. Si un diseñador gráfico otorga a una empresa una licencia para utilizar su diseño estampado en indumentaria en toda América Latina, no puede luego otorgar a otra empresa una licencia con el mismo alcance. **FALSO**

y. El modelo de utilidad protege productos y procesos **FALSO**

z. En un mercado de masas, la propuesta de valor, los canales y las relaciones con los clientes se centran en diversos grupos de clientes que tienen necesidades y problemas diferentes **FALSO**

ab. La fuente de ingresos “cuotas por uso” surge de la concesion temporal, a cambio de una tarifa fija, de un derecho exclusivo para utilizar un activo determinado durante un período de tiempo establecido **VERDADERO**

bb. La expersión know how puede referir a un tipo de recurso intelectual relacionado con las estrategias comerciales, indisociales de los recursos humanos

**FALSO**

cb. Si una empresa desarrolla una creación que podría ser protegida como modelo industrial, pero no lo registra y además la divulga durante años, no podrá ser entendida como un activo intangible **VERDADERO**

*Justificación: No se puede tomar como activo intangible porque el modelo industrial solo lo puedo comercializar durante los 6 meses previos a la solicitud de registro*



Db. Las franquicias más básicas incluyen habitualmente Licencia de Marca, Licencia de Know How y Licencia de Trade Dress o Ropaje comercial (Marca no tradicional)  
**VERDADERO**

## PARCIAL PRESENCIAL 5

### 1. Responda las siguientes preguntas

a. Existen modelos de negocios que toman la decisión de dirigirse a más de un segmento del mercado. Identificar y describir brevemente cada una de estas opciones de mercado

**Mercado Segmentado:** Es un mercado donde las personas tienen necesidades y problemas ligeramente diferentes.

**Mercado Diversificado:** A diferencia del anterior, se atiende a segmentos que no se encuentran relacionados entre sí y que presentan problemas muy diferentes.

**Mercado Multilateral:** Se trata de dos o más segmentos independientes pero que interactúan entre sí.

b. Qué modelo o fuente de ingreso puede tener un modelo de negocio además de vender activos físicos? Identifique 5 y descríbalos brevemente

**Cuota por Uso:** Se basa en el uso de un servicio, cuanto más se usa más se paga. Por ejemplo, las empresas de telefonía pueden cobrar por la cantidad de minutos que un cliente habla por teléfono.

**Cuota por Suscripción:** Típico caso de Netflix, donde se paga una cuota, cada determinado plazo de tiempo, para acceder ininterrumpidamente a un servicio.

Incluso un gimnasio donde se paga una cuota para usar las instalaciones con la frecuencia que cada uno desee.

**Préstamo/Alquiler/Leasing:** Se trata de la concesión temporal de un derecho exclusivo para utilizarlo por un plazo de tiempo determinado. Un ejemplo es: si una persona decide alquilar un auto, paga por un tiempo determinado para que el auto sea suyo, sin la necesidad de comprarlo.

**Concesión de Licencias:** Se concede el derecho de utilizar un producto a cambio del pago de una licencia.

**Agencias o Gastos de Corretaje:** Se trata del ingreso que se genera a partir de la intermediación realizada por un tercero entre la empresa y el cliente. Donde el intermediario gana un porcentaje de esa transacción. Un ejemplo son las agencias inmobiliarias que hacen de intermediarios entre la persona que quiere vender y la que quiere comprar la casa, ganando un porcentaje de la venta por su servicio. **Publicidad:** Es el resultado de la publicidad pagada por una empresa para dar a conocer su producto. Muchas empresas dependen de la publicidad para dar a conocer su producto y de esta manera atraer clientes y con ello ingresos.

c. Según lo conversado en clase: ¿Cuáles son los nuevos imperativos de valor que debe seguir un modelo de negocio en el presente? (fueron representados mediante la metáfora de los vasos) Justifique su respuesta brevemente

Existen ciertos elementos que pueden contribuir a una creación de valor: **Novedad, Mejora del Rendimiento, Personalización, "El trabajo, hecho", Diseño, Marca o Status, Precio, Reducción de Costos, Reducción de Riesgos, Accesibilidad.**

**Justificación:** diferenciarse de la competencia

d. Cuáles son las diferencias que existen entre la estructura de costos de un modelo de negocio basado en costes y otro basados en valor. Justifique su respuesta **Estructura de**

Costes: Describe los costos que implica la puesta en marcha del MdN. Los costos se calculan una vez definido los recursos, actividades y asociaciones claves. Podemos encontrar distintas clases de estructuras:

Según Costos: El objetivo es recortar gastos en donde sea posible, y mantener de esta manera una estructura de costes lo más reducida posible. Ello se puede lograr con propuestas de valor de bajo precio, automatización y externalización. Un ejemplo son las empresas de vuelos de bajo costo.

Según Valor: A diferencia de la anterior, esta clase de estructura no se centra en la reducción de costos sino en la entrega de valor. Empresas que ofrecen una propuesta de valor premium son ejemplos de este tipo, por ejemplo, hoteles de lujo.

e. En qué casos un mismo grupo de clientes podría pertenecer a diferentes segmentos? Justifique su respuesta

Mercado Multilateral: Se trata de dos o más segmentos independientes pero que interactúan entre sí.

f. En qué tipo de Relaciones Cliente las empresas recurren a los usuarios para desarrollar, profundizar y enriquecer las relaciones entre sí y con las empresas? Identifíquelas y descríbalas brevemente

Creación Colectiva: Fuera de las relaciones tradicionales, encontramos este tipo en donde la empresa pide colaboración de los clientes para crear valor, ya sea a través de comentarios, de ideas que estos proporcionan o colaboración para el diseño de algún producto.

g. Cuándo podemos hablar de propuesta de valor híbrida?

Propuesta de Valor: Este módulo describe los productos y servicios que crean valor para un segmento determinado. Busca satisfacer las necesidades del cliente, son las ventajas que presenta una empresa y lo que permitirá que esta se diferencie de otras. No solo encontramos valores a nivel económico (precio, velocidad de servicio), sino también el valor puede darse a nivel cualitativo (diseño, experiencia). Hoy en día se buscan propuestas híbridas, es decir que ofrezcan no solo un producto sino también un servicio tanto para el usuario directo como para el indirecto. La suma del producto, servicio, canales, relación con los clientes y modelo de ingresos, dan lugar a un valor diferente entre el mismo producto.

h. Que actividades claves puede realizar una empresa? Enumere

Actividades Clave: Son las acciones que debe emprender una empresa para que su Modelo de Negocio funcione.

Estas pueden dividirse en:

Producción: Relacionada con el diseño, fabricación y la entrega de un producto a gran escala o de calidad superior.

Resolución de Problemas: Implica la búsqueda de soluciones nuevas a problemas individuales de cada

cliente. Un ejemplo son las que llevan a cabo las consultorías o incluso los hospitales.

Plataforma/Red: Si como empresa se decide diseñar un modelo de negocio cuyo recurso clave va a ser una plataforma, entonces sus actividades claves quedarán atadas a esa plataforma. Un ejemplo de plataformas es EBay que requiere el mantenimiento constante de su sitio web. Las actividades de este tipo serán la gestión de la plataforma, la prestación de servicios y la promoción de la

plataforma.

## FINAL EN PANDEMIA

1) Imaginemos que Ud. Debe sugerir a History Channel edición Argentina una secuencia óptima de protección de Propiedad Intelectual de este juego de cartas diseñadas por Po! ¿Qué secuencia considera que debe desarrollar History Channel a lo largo del tiempo si contase con presupuesto ilimitado y debiera dar a la gestión de Propiedad intelectual las mayores garantías de resguardo de la inversión? Nota: El interés a resguardar en éste caso es el de History Channel, productora de la serie, que además de comercializará el producto juego de cartas en diversos canales de venta. Importante: No olvidar que los trámites de protección en algunos casos implican publicación, y que la publicación puede afectar la novedad requerida para ciertas formas de protección

Seleccione una:

a. 1) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita 2) Registro de Marca en la clase del nomenclador de Niza como correspondiente a producto "Juegos de cara" 3) Registro de diseño Industrial incorporado a "Juego de cartas" 4) Salida al mercado 5) Depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada

b. 1) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita 2) Registro de diseño industrial incorporado a "juegos de cartas" 3) registro de marca en la clase del nomenclador de Niza correspondiente a producto "Juegos de cartas" 4) Salida al mercado 5) Depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada

c. 1) depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra inédita 2) Registro de diseño industrial incorporado a "juegos de cartas" 3) Depósito de derecho de autor de las ilustraciones como obra publicada 4) Registro de Marca en la clase del nomenclador de Niza como correspondiente a producto "Juegos de cara" 5) Salida al mercado

2) En miras a llegar a un segmento específico de clientes, aplico a una mochila una ilustración altamente empática, que sacaré al mercado la próxima temporada. Para ejercer un adecuado control de la competencia logrando comercializar el producto con exclusividad frente a mi segmento de interés, sería conveniente proteger el conjunto como:

- a. registrarlo como modelo de utilidad
- b. registrarlo como marca

- c.registrarlo como derechos de autor de la estampa aplicada
- d.registrarlo como modelo industrial
- e. registrarlo como diseño industrial

3) Seleccione la respuesta argumentalmente FALSA:

- a. Una vez realizado el registro de un modelo industrial en la Argentina el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación mixta y distribución mixta
- b. Una vez realizado el registro de un modelo industrial en la Argentina el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación indirecta y distribución mixta
- c. Una vez realizado el registro de un modelo industrial en la Argentina el titular puede licenciar la producción y comercialización del mismo siguiendo una estrategia de fabricación indirecta y distribución directa

4) Los derechos morales del autor de una obra

- a. NO son embargables y puedo integrar el nombre de mi cliente como coautor del diseño si así fue establecido en el contrato
- b. Pueden ser parte de una cesión si el tercero me retribuye que mi nombre no aparezca en la obra
- c. Ninguna de las anteriores
- d. Son licenciables y puedo integrar el nombre de mi cliente como coautor del diseño si así fue establecido en el contrato

5) Si usted hubiese realizado la ilustración que se observa en la imagen, utilizada en el marco de un evento muy famoso ¿Qué derechos debería licenciar o ceder a alguien que desea crear una familia tipográfica a partir de la familia parcial de tipografía que Ud. Ha creado en el marco de esta ilustración y además divulgar en sus canales digitales su póster como parte de su inspiración?

Seleccione una:

- a. derecho de la integridad de la obra + derecho de distribución
- b. derecho de la adaptación + derecho de la reproducción
- c. derecho de la transformación + derecho de distribución

6) diseñe un producto que quedaría amparado por la figura del modelo industrial

- a. el INPI verifica los requisitos formales y no formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa, reivindicación y el pago de la tasa correspondiente y aceptara el registro
- b. El INPI verificara en anteriores registros mundiales antes de otorgar el registro solicitado
- c. el INPI verifica los requisitos formales de la presentacion y acepta el registro
- d. el INPI verifica los requisitos formales de la presentación, solicitud, dibujos, descripción optativa y el pago de la tasa correspondiente y aceptara el registro
- e. El INPI pedira informes de registros anteriores a los países integrantes del mercosur antes de otorgar el registro solicitado

7) Ud. Es autor de la siguiente pieza creativa y un tercero lo contacta para realizar bajo su autorización otro producto con la forma de su obra ¿Qué derecho debería licenciarle?

- a. Ninguno de los anteriores
- b. derecho de paternidad
- c. derecho de reproducción
- d. derecho de integridad

9. ¿Qué sucede cuando necesito hacer varias presentaciones juntas en el departamento de modelos y diseños industriales?

- a. En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta cinco modelos/diseños y ejemplos de realización diferentes que pertenezcan a la misma clase. Ej: todos vajillas
- b. En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta quince modelos/diseños industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej: todos muebles
- c. En una misma solicitud solo se podrá incluir 1 modelo y 1 diseño industrial
- d. En una misma solicitud de registro podrá incluir hasta veinte modelos/diseños industriales que pertenezcan a la misma clase. Ej: todos muebles

10. En términos de Propiedad Industrial ¿Cómo se define Diseño industrial?

- a. Se considera diseño industrial a los productos que contemplen una configuración distinta y fisonomía propia y novedosa con respecto a modelos o diseños industriales anteriores
- b. Se considera diseño industrial al aspecto ornamental o estético en rasgos bidimensionales, como motivos 3d, líneas y colores.
- c. Se considera diseño industrial al aspecto bidimensional incorporado a un

producto exclusivamente industrial que la confiere como carácter ornamental d. Se considera diseño industrial al aspecto bidimensional incorporado a un producto industrial o artesanal que la confiere como carácter ornamental

e.se considera diseño industrial a las formas incorporadas que optimizan la función para la cual está concebido un objeto, herramienta, utensilio o dispositivo

11. Los dispositivos tecnológicos que intervienen en un escenario de servicios son tangibles, pero las interfases digitales a las que se accede mediante los dispositivos tecnológicos (Apps) son intangibles

a. Verdadero

b. Falso

12. Moussaris, Stelios es el creador de esta mesa. Está creada a partir de una lámina de madera curvada e impresión 3d de los edificios. Stelios ha registrado su mesa en la oficina de derecho de autor como una obra artística/escultura, y luego toma contacto con una empresa de iluminación a la que finalmente licencia por USD30.000 el derecho de adaptar su obra artística a lámpara y comercializarla en serie en una tirada de 500 unidades ¿En qué componente del modelo de negocio de la empresa de iluminación consideras que debería ubicarse lo sucedido?

a. En recursos claves (porque la licencia recibida permite a la empresa contar con un recurso intelectual sobre el que desarrollar el producto)

b. Todas las respuestas son válidas

c. En estructura de costos (por la inversión que requiere la licencia adquirida) d. ninguna de las respuestas es válida

e. en propuesta de valor (por el atributo de diseño que ofrece el producto que nacerá de la adaptación)

13. Elija la frase correcta

a. La propuesta de valor siempre debe resolver un problema, crear un beneficio o satisfacer necesidades de los individuos hacia los que la misma busca crear un valor direccionado

b. La propuesta de valor debe ser un producto, un servicio o complementariamente la suma de ambos

c. dentro de un modelo de negocio, la marca es un recurso clave de empresa, de tipo intelectual, pero no tiene el potencial de ser un atributo de propuesta de valor

14. Los intangibles básicos son:

- a. La marca, el know how y la base de datos
- b. La marca, el ropaje comercial y el know how
- c. la marca, el ropaje comercial y el prestigio
- d. la marca, el know how y el prestigio

15. Las Patentes, que son un recurso clave de mi modelo de negocios de venta de microprocesadores, protegen:

- a. la aplicación industrial, la novedad y la altura inventiva
- b. la aplicación industrial y la altura inventiva
- c. La aplicación industrial, la novedad, la altura inventiva y la morfología novedosa

16. La protección que el derecho de autor confiere a los planos técnicos del mobiliario que observa en la imagen es suficiente:

- a. Para considerar protegido el prototipo y comercializarlo con exclusividad a nivel mundial
- b. Para considerar protegido el prototipo y comercializarlo con exclusividad en argentina
- c. Para considerar comercializar con exclusividad en argentina
- d. ninguna de las anteriores

17. Si quiero patentar mi nuevo invento/creación en Brasil desde Argentina debo:

- a. Ninguna de las anteriores
- b. Patentar en Argentina y luego en todos los países donde quiero tener alcance de protección
- c. Patentar en Argentina y luego en el INPI para tener protección mundial
- d. Patentar solamente en INPI ya que la protección es mundial

18. La marca registrada podría ser canal de tipo estructural de un Modelo de Negocio, porque es posible apropiarse jurídicamente la capacidad distintiva de la morfología y de la arquitectura de un show room

- a. No, los aspectos morfológicos son exclusivos de la figura jurídica Modelo Industrial
- b. No, la estructura tiene que ver con la arquitectura y se registra el plano en derecho de autor
- c. Sí, el concepto de ropaje comercial abarca también la morfología y de la arquitectura de un showroom

19. El desarrollo de un videojuego a partir de una película

- a. Requeriría adaptación pero no necesariamente licencia de marca
- b. Requeriría adaptación y, complementariamente, licencia de marca
- c. No necesariamente requeriría adaptación o licencia de marca

20. Si Ud. Es autor de una ilustración digital que propone una reflexión en torno a la violencia de género y un tercero lo contacta para explotar la misma en Brasil estampándola sobre indumentaria, que derecho debe ser licenciado:

- a. derecho de mantenerlo inédito
- b. derecho de reproducción
- c. derecho de adaptación
- d. derecho de paternidad

21. Una relación por la que dos empresas pertenecientes a diferentes cadenas de valor o sector se intercambian entre sí servicios por idéntico valor, no debería calificarse como alianza transversal

- a. falso
- b. verdadero

22. ¿En qué casos un mismo grupo de clientes pertenece a diferentes segmentos?

- a. Cuando sus necesidades requieren y justifican una oferta diferente
- b. Cuando son necesarios diferentes canales de distribución para llegar a ellos
- c. ninguna es correcta
- d. Cuando es necesario una forma diferente de relación cliente para llegar a ellos
- e. todas las respuestas son correctas

23. Spotify es una empresa de streaming de música de alcance global. Luego de varios años en el mercado y de analizar su modelo de negocio actual deciden que



quieren ampliar su propuesta de valor lanzando sección de podcasts y así también ampliar su audiencia. Los podcasts apuntan a temáticas específicas (como bienestar, diseño, etc.) ¿A qué tipo de audiencia está dirigiéndose con esta nueva sección?

a. Todas las anteriores

b. Al nicho de mercado ya que si bien Spotify es de alcance global, los podcast apuntados a temáticas específicas apuntan a atender segmentos particulares

c. Al mercado de masas ya que no importa la temática de los podcasts es un mercado que no distingue ninguna característica en particular

d. Ninguna de las anteriores

e. Al mercado diversificado ya que el segmento que escucha música no está relacionado ni presentan necesidades similares que la audiencia escucha podcasts

24. Indique las frases correctas:

a. Cuando hablamos de la “captación de valor” que puede generar una empresa u organización, nos referimos no solo a la captación de dinero si no tambien a otros tipos de valor como el prestigio, la información o el conocimiento, por decir algunos

b. Hablando de “captación de valor”, los pagos por “licencias” son la forma de monetización que posee un autorizado a fabricar y comercializar un Modelo Industrial de un tercero

c. Cuando hablamos de la “captación de valor” que puede generar una empresa u organización, nos referimos no solo a la captación de dinero si no tambien a otros tipos de valor como el prestigio

d. En algunos modelos de negocios, la información que nos provee uno de nuestros segmentos puede ser lo que nos permita cobrar a otro segmento para acceder a dicha información

e. Las licencias gratuitas son aquellas que sin tener por contraprestación el dinero, tienen por contraprestación un valor en especie.

25. En qué figuras de protección basaría su estrategia legal para resguardar la explotación comercial del diseño de este local? El diseño será utilizado como punto de venta permanente, puntos de franquicia y también como Stand en feria

a. En registro de Marca no-tradicional pero en depósito de Modelo Industrial, por su capacidad distintiva

b. En Modelo de Utilidad, por la funcionalidad del túnel central

c. En depósito de Modelo industrial pero no por marca no-tradicional, por su forma novedosa

d. En registro de Marca No tradicional y depósito de Modelo Industrial, por su

capacidad distintiva y su forma novedosa

26. Dentro de un escenario de economía intangible, si una empresa pretende acceder a un activo intangible de otra empresa en contraprestación por uno propio. Que tipología de acuerdo de licencia implementaría?

- a. Licencia abierta
- b. Licencia cruzada
- c. Licencia en especie
- d. Licencia de oportunidad

### SCREEN SUELTOS

Pensando en el modo en que habitualmente se monetiza (capta valor) en los “escenarios indirectos de adaptación”, seleccione la respuesta correcta:

A. en los “escenarios indirectos de adaptación” el autorizado para realizar adaptaciones capta valor (monetiza) mediante la combinación de la contraprestación por licencia y la venta de los productos o servicios que desarrollará a su propia cuenta

B. en los “escenarios indirectos de adaptación” el autorizado para realizar adaptaciones capta valor (monetiza) mediante la venta de los productos o servicios que desarrollará a su propia cuenta

C. en los “escenarios indirectos de adaptación” el autorizado para realizar adaptaciones capta valor (monetiza) mediante la contraprestación que se paga por la licencia en la que basa su negocio.

dentro de un escenario de economía intangible, si una empresa pretende acceder a un activo intangible de otra empresa en contraprestación por uno propio. ¿Qué tipología de acuerdo de licencia implementaría?

- A. licencia de oportunidad
- B. Licencia en especie
- C. Licencia cruzada
- D. Licencia abierta

La protección de patentes en argentina tiene un plazo de protección de

- A. 10 años con renovación cada 5 años (es territorial)
- B. 20 años sin renovación (protección mundial - novedad mundial)
- C. 10 años sin renovación (es territorial - novedad mundial)
- D. 20 años con renovación (protección territorial - novedad mundial)
- E. 20 años sin renovación (protección territorial - novedad mundial)

4. en miras a llegar a un segmento específico de clientes, aplicó a una mochila una ilustración altamente empática, que sacare al mercado la próxima temporada. Para ejercer un adecuado control de la competencia, logrando comercializar el producto con exclusividad frente a mi

segmento de interés, sería conveniente proteger el conjunto como:

- A. registrarlo como modelo industrial
- B. registrarlo como derechos de autor de la estampa aplicada
- C. Registrarlo como modelo de utilidad
- D. registrarlo como marca
- E. Registrarlo como diseño industrial

Se entiende habitualmente por **adaptación** a “la modificación de una obra a los fines de crear otra”