

# RENOVACIÓN DE REGISTRO DE MARCA

La LPI dispone que el registro de una marca tenga una duración de diez años y que su titular detente el derecho de renovarlo sucesivamente por iguales períodos. Para ello, la propia LPI establece determinados requisitos, cuyo incumplimiento deriva en la renuncia al derecho sobre la marca, que se analizan aquí por separado.

El procedimiento de renovación se rige por las reglas generales, tales como comparecencia, formación del expediente, notificaciones, plazos, resoluciones ([ver sección de Presentaciones](#)). Aquí sólo se analizan las reglas especiales.

## Sumario

- I. Plazo de renovación
  - A. Fuente normativa
  - B. Características del plazo para solicitar la renovación
  
- II. Alternativas de tramitación de la renovación
  - C. Consideraciones previas
  - D. Vías de tramitación
    - Presentación electrónica
    - Presentación de renovación en forma presencial
  
- III. Procedimiento de renovación
  - E. Menciones de la solicitud
  - F. Presentación de la solicitud
  - G. Examen formal
  - H. Observaciones
  - I. Abandono de la renovación
  - J. Resolución final sobre la solicitud de renovación
    - Aceptación de la solicitud de renovación
    - Rechazo de la solicitud de renovación
  
  - K. Pago de tasa de renovación
    - Monto de la tasa
    - Plazo de pago
    - Forma de efectuar el pago

#### IV. Vigencia del registro

#### V. Recursos procesales

#### VI. Omisión y efecto de la renovación

##### L. Omisión de la renovación

##### M. Efectos de la omisión, abandono y rechazo de la solicitud de renovación

## I. Plazo de renovación

### A. Fuente normativa

§ 1. El registro de marca tiene una duración de 10 años desde la fecha de su registro, que corresponde a la fecha de acreditación del pago de las tasas finales y se puede renovar por períodos sucesivos, cada 10 años.

Art. 24 LPI. Establece el tiempo de duración de la marca y un plazo de gracia de 30 días luego de la expiración de su plazo de vigencia.

A lo largo del período de vigencia de la marca, es usual que los datos del titular o de su representante ante INAPI cambien. Por ello, se recomienda **verificar o revisar los datos del registro** y, en su caso, actualizarlos, **antes de presentar la solicitud de renovación**. Para ello es recomendable y de mucha utilidad solicitar un certificado de registro, trámite que puede hacerse en el portal de trámites en línea, disponible en [www.inapi.cl](http://www.inapi.cl).

### B. Características del plazo para solicitar la renovación

§ 2. La renovación del registro puede ser solicitada antes, o dentro de los **30 días** de expirada su vigencia. Si no se presenta la solicitud de anotación de renovación dentro del plazo indicado, el derecho marcario se extingue (caducidad).

§ 3. INAPI admite la presentación de las solicitudes de renovación hasta con **un año** de anticipación al vencimiento del registro.

Por tratarse de un término de días contemplado en la LPI, el plazo de renovación posterior a la vigencia del registro queda sujeto a las reglas especiales contempladas en el art. 11 LPI. En consecuencia, se trata de un plazo fatal, y por tanto improrrogable, aunque para efectos de cómputo sólo se consideran los días hábiles, teniéndose para estos efectos como inhábiles, además de los feriados, los días sábado.

## II. Alternativas de tramitación de la renovación

### C. Consideraciones previas

- § 4. Históricamente, en Chile las renovaciones de marcas se tramitaban como si fuera una solicitud para el registro de una marca y terminaban su proceso con el otorgamiento de un nuevo número de registro. De esta manera, los titulares debían volver a acompañar un ejemplar de la marca, volver a describirla y volver a señalar los datos del titular (y de su representante, cuando contara con éste), cuando en el registro base dichos datos se encontraban disponibles.
- § 5. Dicho sistema, hacía que la historia e información sobre licencias, transferencias, gravámenes y otros actos relevantes se encontraran dispersos y parcializados en sucesivos registros de una misma marca, lo que dificultaba enormemente su estudio y provocaba, en algunos casos, distorsiones, que convertían la renovación en un símil del proceso de una solicitud de registro, en circunstancia que la renovación es un acto de mera conservaduría.
- § 6. A partir del 26 de abril del año 2017, el sistema para tramitar una renovación cambió, pasando de ser tratadas como una anotación al margen del registro que se renueva. (ver Sección [Anotación Marginal](#))
- § 7. Este nuevo sistema permite (i) mantener el número de registro de la marca que se renueva, (ii) no exige volver a acompañar ejemplares de la marca y a señalar datos que están ya plasmados en el registro; (iii) facilitan el acceso a la información, al encontrarse centralizada en un único asiento registral todos los hitos relevantes de una marca registrada, (iv) con lo cual se hace más expedito y fácil conocer el estado e historia de las marcas a lo largo de su historia.

## D. Vías de tramitación

Art. 4.- Establece la necesidad de usar los formularios de INAPI para pedir la renovación.

Art. 5.- Prescribe la obligación de INAPI de asignar número a estas solicitudes, consignando día, fecha y hora de ingreso, para identificarlas durante su tramitación.

Las solicitudes en formulario papel deberán presentarse en duplicado.

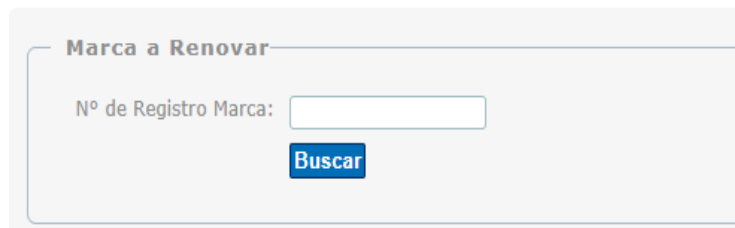
- § 8. La renovación conlleva los siguientes cinco pasos básicos:
- Presentación de la solicitud (en forma electrónica o presencialmente);
  - Examen formal de la solicitud de renovación (eventuales observaciones);
  - Resolución de aceptación de la renovación;
  - Pago de tasas de renovación; y
  - Resolución de inscripción de anotación de renovación.
- § 9. La renovación de un registro de marca puede ser total o parcial, en cuanto a la cobertura de productos y servicios originalmente registrados.
- **Renovación Total:** Se refiere a aquellos casos en que el titular renueva el registro para la totalidad de los productos y servicios que protege.
  - **Renovación Parcial:** Son aquellos casos en que el titular renueva sólo para una parte de los productos y servicios que tenía protegidos, entendiéndose que por dicho acto renuncia a los productos y servicios que no incluye en su solicitud de renovación.
- § 10. Existen dos alternativas o vías para presentar una renovación ante INAPI: electrónica y presencial:

▪ **Presentación electrónica:**

§ 11. **Ingreso al sitio web.** Para presentar la renovación en forma electrónica, el titular o su representante ante INAPI debe ingresar a la plataforma de tramitación electrónica de INAPI, con su cuenta personal si se encuentra enrolado ante INAPI o bien, con la Clave Única que otorga el Servicio de Registro Civil.

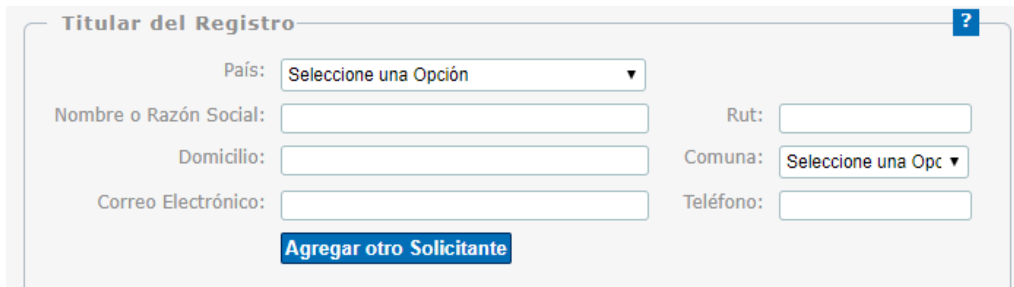


§ 12. Una vez en el sitio, debe ingresar el número de registro, cuya renovación se pretende.



§ 13. **Del titular del registro.** Ingresado el número de registro, el sistema despliega el formulario de renovación y completa automáticamente los datos del registro referidos al signo registrado, su descripción, los productos y servicios registrados; y los datos del titular y de su representante (cuando así haya informado uno) ante INAPI.

Sólo son editables los campos correspondientes al domicilio, correo electrónico y número de teléfono del titular, de manera que puedan ser actualizados.

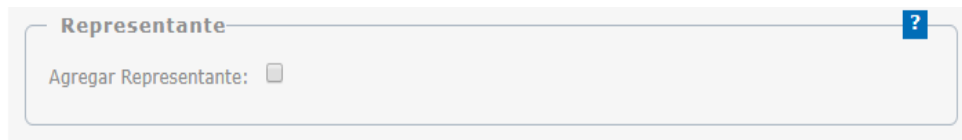


Formulario de Titular del Registro. Campos: País (dropdown: Seleccione una Opción), Nombre o Razón Social (input), Domicilio (input), Correo Electrónico (input), Rut (input), Comuna (dropdown: Seleccione una Opc), Teléfono (input). Botón: Agregar otro Solicitante.

Por el contrario, no es posible editar el nombre del titular. Por lo que, en caso que durante los diez años de vigencia hubiese existido alguna modificación de su nombre o una transferencia deberá previamente solicitar la anotación marginal que correspondiente, por lo que se recomienda verificar con anticipación la individualización del titular.

Si se encuentra dentro de plazo límite para solicitar la renovación y ha cambiado el nombre del titular, siendo necesario efectuar una anotación marginal. Una vez que se presente la solicitud de anotación al margen, la solicitud de renovación se suspende hasta la inscripción de la anotación, retomándose el proceso de renovación una vez finalizado el trámite. Para suspender es imprescindible que la anotación haya sido efectivamente ingresada.

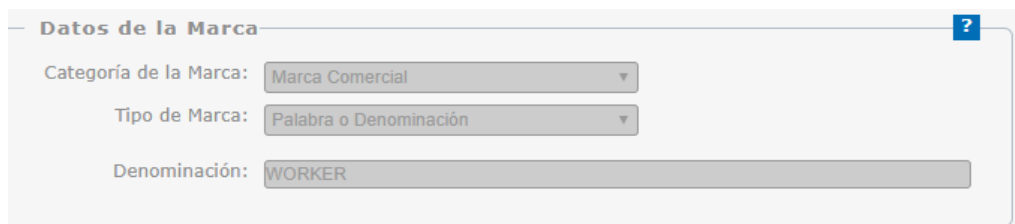
§ 14. **Del representante.** Los datos del representante son editables en su totalidad.



Formulario de Representante. Campo: Agregar Representante:

En caso de cambiar al representante debe acompañar un poder o señalar el número de custodia de poder ante INAPI, bajo el cual fue depositado.

§ 15. **De la marca.** Este campo comprende los ítems: i) Categoría, ii) Tipo, y iii) Denominación. Ninguno de ellos puede ser editado.



Formulario de Datos de la Marca. Campos: Categoría de la Marca (dropdown: Marca Comercial), Tipo de Marca (dropdown: Palabra o Denominación), Denominación (input: WORKER).

§ 16. **Productos y Servicios amparados por el registro.** Los productos y servicios amparados por el registro se muestran agrupados en la clase a la cual correspondían a la época del registro.

- a. Si se desea renovar en forma total, no debe editar este campo.
- b. Si se quiere renovar parcialmente el registro, puede(n) eliminarse la(s) clase(s) completa(s) para lo cual debe seleccionar la clase(s) que no renovará y/o eliminar uno o más productos o servicios, incluidos en la descripción, editándolos.

**Productos y/o Servicios a Renovar**

Los Productos y/o Servicios no descritos se entenderán NO renovados

Tipo Cobertura:

Clases:

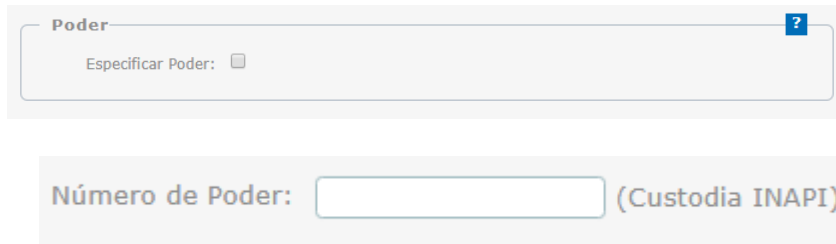
Clase	Descripción	
35	INCL. SERVICIOS DE VENTA AL DETALLE Y AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DE LA CLASE 12; SERVICIOS DE VENTA AL DETALLE Y AL POR MAYOR PARA COMERCIO POR CORREO DE PRODUCTOS DE LA CLASE 12; SERVICIOS DE VENTA AL DETALLE Y AL POR MAYOR VIA INTERNET DE PRODUCTOS DE LA CLASE 12; SERVICIOS DE VENTA AL DETALLE Y AL POR MAYOR VIA TELEMERCADEO DE PRODUCTOS DE LA CLASE 12; SERVICIOS DE REAGRUPAMIENTO (EXCLUYENDO SU TRANSPORTE) DE UNA VARIEDAD DE VEHICULOS MOTORIZADOS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS EN BENEFICIO DE TERCEROS, PERMITIENDO QUE LOS CONSUMIDORES PUEDAN EXAMINARLOS Y COMPRARLOS; NEGOCIACION DE CONTRATOS EN BENEFICIO DE TERCEROS SOBRE COMPRA Y VENTA DE VEHICULOS MOTORIZADOS Y SUS PARTES Y ACCESORIOS; ENTREGA DE INFORMACION COMERCIAL Y SERVICIOS DE CONSULTORIA PARA CLIENTES EN VENTAS AL DETALLE E INTERCAMBIO COMERCIAL.;	<input type="button" value="Editar"/>
37	INCL. RECONSTRUCCION, REPARACION, REVISION, DESMANTELAMIENTO, LIMPIEZA, MANTENIMIENTO Y PINTURA DE VEHICULOS Y SUS PARTES Y MOTORES Y SUS PARTES INCLUYENDO REPARACION DE VEHICULOS POR AVERIAS; AFINAMIENTO Y PUESTA A PUNTO DE AUTOMOVILES (INCLUIDOS EN LA CLASE 37).;	<input type="button" value="Editar"/>

- c. Al momento de renovar, INAPI exige que la descripción de productos y servicios, así como su clasificación se ajusten a los criterios vigentes al momento de la presentación de la recomendación.

En los casos que sea necesario ajustar la descripción de los productos y/o servicios o reclasificar, conforme a los criterios de INAPI y a la versión y edición vigentes del Clasificador de Niza a la época de presentación de la renovación, se recomienda evitar modificar la descripción de cobertura en el formulario, y presentar las enmiendas en un escrito separado, para ser examinada conjuntamente con la solicitud. Ello contribuye a disminuir los tiempos de tramitación.



§ 17. **Poder.** Deberá consignarse en este campo el número de custodia de poder asignado por INAPI.



El formulario muestra un campo de texto con el título "Poder" y un ícono de ayuda "?". Debajo del campo, se encuentra el texto "Especificar Poder:" con un ícono de menú. Abajo de esto, hay un campo de texto con el título "Número de Poder:" y el texto "(Custodia INAPI)" a su derecha.

Si quien solicita la renovación es quien figura como el representante del titular, INAPI no exigirá la presentación de un nuevo poder, bastando el acreditado en dicha oportunidad. La excepción a esta regla es que se trate de un poder con limitación temporal o vigencia definida.

- **Presentación de renovación en forma presencial**

§ 18. Formulario de renovación. INAPI ha dispuesto un formulario exclusivo para la solicitud de anotación de renovación, FPI-57, el cual puede obtenerse pre-impreso en las oficinas de INAPI o bien descargarse desde el sitio web institucional.

### III. Procedimiento de renovación

#### E. Menciones de la solicitud

§ 19. Las menciones que debe contener el formulario de solicitud de anotación de renovación de registro de marca son mínimas y consisten en:

- La individualización del solicitante de la renovación. Esta individualización debe coincidir con la del titular del registro a renovar;
- La denominación de la marca, cuando se trate de marcas denominativas o figurativas;
- El número de registro cuya renovación se solicita.

- § 20. A diferencia de una solicitud de registro de marca (“nueva”) no se requiere acompañar documentos anexos a la solicitud de renovación, salvo que se actúe a través de mandatario, caso en el cual se deberá adjuntar el poder correspondiente (sin perjuicio de utilizar el sistema de custodia de poderes. Ver [sección Poderes](#)).

---

Es importante revisar el ámbito de protección del registro que desea renovar, pues posiblemente sea necesario reclasificar ciertos productos o servicios, de acuerdo a la práctica y a la versión del Clasificador Internacional de Niza vigente al momento de la renovación.

---

Art. 3, inc. 2° transitorio de la ley 19.996.- “Cuando, a consecuencia de una modificación de la Clasificación Internacional, cambien de clase uno o más productos o servicios, al momento de solicitarse la renovación de una marca registrada podrá mantenerse la protección para todos los productos o servicios amparados en el registro original, aun cuando ello implique obtener protección en una o más clases adicionales”.

## F. Presentación de la solicitud

- § 21. Como se dijo, la presentación de la solicitud de renovación se puede realizar de manera presencial en las dependencias de INAPI en horario de atención de público (9 a 14 horas) o en forma electrónica a través del sitio web de INAPI .
- § 22. La renovación de un registro de marca puede ser realizado por el titular o su representante (si fuere el caso) y no se requiere la intervención de abogado u otro asesor externo a INAPI.
- § 23. Una copia de la solicitud de renovación debidamente timbrada con indicación de fecha, hora y número correlativo será entregada al solicitante (art. 8 RLPI), en el caso de las presentaciones presenciales. Tratándose de la presentación electrónica, el solicitante recibirá un correo electrónico de confirmación, con el número de tramitación asignado a la anotación de renovación, día y hora de su ingreso. Con dicho número de tramitación podrá descargar una copia de la presentación desde el sitio web de INAPI al día siguiente.

## G. Examen formal

§ 24. Ingresada la solicitud de renovación, se realiza un examen formal de la misma por parte del Conservador de Marcas (art. 22 inc. 1° LPI).

§ 25. El examen formal está destinado a examinar la concordancia o exactitud de la información contenida en la solicitud de renovación, según los datos que constan en los registros. En especial, se revisan los siguientes elementos:

a. **Concordancia:**

i. Entre los datos de individualización del propietario del registro y del peticionario de la renovación.

Recuerde que los datos del titular deben consignarse en los mismos términos que aparecen en el registro.

ii. Entre la descripción de los productos y/o servicios amparados por el registro y los señalados en la solicitud de renovación. El peticionario puede eliminar productos y/o servicios registrados, clases completas o regiones en el caso de establecimientos comerciales limitando el ámbito de protección del registro, pero nunca podrá ampliarlo.

b. **Oportunidad** de la fecha de presentación de la solicitud de renovación, de acuerdo a la fecha de expiración del registro (art. 24 LPI).

c. **Firma** del titular de la marca o de su apoderado, cuando corresponda.

## H. Observaciones

§ 26. Si en el examen se detecta algún error u omisión, se ordena al interesado realizar las correcciones o aclaraciones pertinentes, disponiendo al efecto un plazo de **30 días**, bajo apercibimiento de declarar el abandono de la solicitud de renovación (art. 22 inc. 1° LPI).

§ 27. No obstante, si la observación dice relación con el poder para representar a un titular extranjero, el plazo indicado será de **60 días** (por disposición expresa del art. 15 inc. final LPI).

- § 28. En el caso de aquellos registros que describen “todos los productos de la clase” y aquellos en que los productos y/o servicios se consideraren descritos en términos ambiguos, indeterminados o que puedan ser ubicados en más de una clase, deberá ajustarse dicha descripción al Clasificador vigente de INAPI, especificando los productos y/o servicios protegidos, sin que ello pueda significar una ampliación la protección.
- § 29. Tratándose de registros de marcas mixtas o figurativas que no contengan la descripción de la representación gráfica del signo, ésta se efectúa de oficio.
- § 30. El curso posterior del procedimiento de renovación depende de la actuación del titular:
- a. Si corrige los errores u omisiones observados, la solicitud de renovación será aceptada y el interesado deberá pagar una tasa a beneficio fiscal como se indica más adelante.
  - b. Si no se cumple la observación dentro del plazo señalado, la solicitud de renovación es abandonada.

## I. Abandono de la renovación

- § 31. Cuando se declara el abandono de una solicitud de renovación, se entiende que el propietario ha manifestado (tácitamente) su voluntad de renunciar a su derecho marcario. De manera tal, que INAPI se limita a constatar dicho hecho y a aplicar la consecuencia de éste.
- § 32. Ante la declaración de abandono de la solicitud, el solicitante puede presentar un recurso de reclamación ante Director Nacional de INAPI (art. 22 inc. 1° LPI), dentro del plazo de 5 días, autoridad que podrá acoger o rechazar el recurso.
- a. Si acoge la reclamación, la solicitud se entiende aceptada y rige lo indicado en el §32 de esta sección.
  - b. Si no acoge la reclamación, la resolución de abandono queda ejecutoriada.

## J. Resolución final sobre la solicitud de renovación

### ▪ *Aceptación de la solicitud de renovación*

§ 33. Si la solicitud de anotación de renovación cumple con los requisitos correspondientes y no contiene errores —o conteniéndolos éstos han sido corregidos por el interesado— la Conservadora de Marcas aceptará la renovación, mediante una resolución que se notifica por estado diario, conforme las reglas generales (art. 13 inc. 1 LPI).

A continuación, el interesado deberá pagar y acreditar el pago de una tasa a beneficio fiscal (Ver anexo [Tasas](#)), dentro del plazo legal de 6 meses contados desde la fecha de vencimiento del registro, o desde la notificación de la resolución de aceptación, si ésta fuese posterior al vencimiento.

### ▪ *Rechazo de la solicitud de renovación*

§ 34. En casos excepcionales INAPI puede rechazar de plano una solicitud de renovación. Se trata de casos que escapan del ámbito de examen formal, que se realiza por el Conservador de Marca.

§ 35. Por ejemplo, si la solicitud es presentada extemporáneamente, esto es, con posterioridad al plazo de gracia de 30 días siguientes a la expiración del plazo de vigencia del registro; o cuando la petición de renovación se efectúa con una anticipación que desnaturaliza el carácter temporal del derecho. INAPI ha establecido como criterio el rechazo de aquellas renovaciones que se presenten con una anterioridad superior a un año contado desde el vencimiento del registro.

§ 36. Se rechazará también la solicitud de renovación cuando previamente, respecto del mismo registro se hubiere presentado otra solicitud de renovación y ésta se encontrare actualmente en trámite

§ 37. Igualmente será rechazada, si el registro en cuestión ya ha sido renovado (caso de múltiples solicitudes para un mismo registro).

## K. Pago de tasa de renovación

### ▪ *Monto de la tasa*

- § 38. Así como la legislación del ramo contempla el pago de derechos para las solicitudes de registro de marcas (“nuevas”), la renovación de una marca registrada igualmente está afecta al pago y acreditación de una tasa en beneficio fiscal (art. 18 bis E LPI).
- § 39. El art. 18 bis B LPI dispone que la renovación de registros de marcas estará sujeta al pago del doble que el registro de una marca “nueva”, por tanto la tasa que corresponde a una renovación es de 6 UTM por cada clase y región comprendida en el registro.

Art. 23 bis A LPI.- Para los efectos del pago de derechos, la solicitud o inscripción de una marca para productos y servicios se tendrá como una solicitud o registro distinto por cada clase, cualquiera sea el número de productos o servicios específicos incluidos en cada una. Lo establecido en el artículo anterior será igualmente aplicable a las diversas clases de productos comprendidos en la cobertura de los establecimientos industriales y comerciales. Dicho principio será extensivo tanto a los registros nuevos como a las renovaciones de los registros.

Art. 23 bis B, inc. 2° LPI.- Los registros de marcas que protejan establecimientos comerciales servirán sólo para la región en que estuviera ubicado el establecimiento. Si el interesado quisiera hacer extensiva a otras regiones la propiedad de la misma marca, lo indicará en su solicitud de registro, debiendo pagar el derecho correspondiente a una solicitud y a una inscripción por cada región.

- § 40. En consecuencia, y por aplicación de lo dispuesto en los arts. 23 bis A y 23 bis B inc. 2° LPI, el monto de la tasa dependerá del tipo de marca y de su campo operativo:
- **Productos:** 6 UTM por cada clase.
  - **Servicios:** 6 UTM por cada clase.
  - **Establecimiento industrial:** 6 UTM por cada clase.
  - **Establecimiento comercial:** 6 UTM por cada clase y por cada región. Por ejemplo, una marca de establecimiento comercial que ampara productos

comprendidos en 2 clases para 5 regiones, el monto a pagar será de 7 x 6 UTM = 42 UTM (clases y regiones se suman, no se multiplican).

- **Frase de propaganda:** 6 UTM en total (porque la tasa se aplica al registro publicitado, el cual es uno)

- **Plazo de pago**

§ 41. El pago y su acreditación ante INAPI debe efectuarse dentro de los seis meses siguientes al vencimiento del registro o a la aceptación, en el caso que ésta sea posterior al vencimiento del registro, con una sobretasa de 20% por cada mes o fracción de mes contados a partir del primer mes de expiración del plazo del registro original o de la aceptación en el caso que sea posterior al vencimiento del registro.

PLAZO	1° mes	2° mes	3° mes	4° mes	5° mes	6° mes
MONTO	6 UTM	7,2 UTM	8,4 UTM	9,6 UTM	10,8 UTM	12 UTM

- **Forma de efectuar el pago**

§ 42. Dispone el art. 90 RLPI que las órdenes de pago correspondientes a los derechos fiscales son emitidas por INAPI, ya sea por medios físicos o electrónicos, debiendo el solicitante acreditar el hecho del pago acompañando un comprobante físico o electrónico.

- **Pago en línea:** Se efectúa a la Tesorería General de la República, conectándose desde el sitio web de INAPI. En este caso, el pago queda automáticamente acreditado luego de recibida en INAPI la confirmación desde la TGR, no siendo necesario que el interesado concorra a las oficinas de INAPI.
- **Pago presencial:** Se debe imprimir la orden de pago disponible en el sitio web de INAPI y se paga en cualquier banco comercial o en la Tesorería General de la República. Además, es necesario acreditar dicho pago dentro de los 60 días contados desde la fecha en que

quede ejecutoriada la resolución que autoriza la inscripción en el registro respectivo, sin lo cual se tendrá por abandonada la solicitud, procediéndose a su archivo (art. 18 bis E LPI).

---

Si realiza el pago en forma presencial, se debe ACREDITAR EL PAGO en las dependencias de INAPI, presentando materialmente el comprobante de pago en el mesón de recepción de escritos, dentro del plazo legal.

---

## IV. Vigencia del registro

- § 43. Una vez acreditado el pago de la tasa de renovación y verificada la suficiencia y oportunidad del mismo, INAPI notificará la resolución de inscripción de anotación de renovación, en la que se indicará la fecha de expiración del registro que se renueva y su plazo de vigencia, el que se extenderá por **10 años** contados desde dicho vencimiento.

Art. 32 inc. 2° RLPI: El registro renovado tendrá vigencia desde la fecha de vencimiento de la marca objeto de la solicitud de renovación.

## V. Recursos procesales

- § 44. Cuando el Director Nacional de INAPI rechaza la reclamación por declaración de abandono de la solicitud, la resolución de abandono quedará ejecutoriada, pues respecto de esta resolución no procede el recurso de apelación.
- § 45. Cuando la solicitud de renovación de registro es rechazada por la Conservadora de Marcas, y la resolución de rechazo contiene un error de hecho, el interesado puede deducir recurso de corrección por error de hecho. (art. 17 bis A LPI)



- § 46. Del mismo modo, en contra de la resolución de rechazo de una renovación, proceden los recursos de reposición y superior jerárquico, por aplicación supletoria de la Ley de Bases de Procedimientos Administrativos N° 19.880 (Art. 15 LBPA). Éstos deben presentarse dentro de un plazo de 5 días, en un mismo escrito, cuidando que el jerárquico se presente en subsidio de la reposición.

## VI. Omisión y defecto de la renovación

### L. Omisión de la renovación

- § 47. El art. 30 RLPI, conforme a la cual *“Si el titular de una marca registrada no solicitare su renovación dentro del plazo legal, ésta se tendrá por abandonada y sus derechos caducados”*.
- § 48. Se trata de un efecto de pleno derecho, por lo cual no es necesario que se dicte una resolución al efecto.
- § 49. Ante la omisión de renovación, el interesado ha manifestado su voluntad (tácita) de renuncia a su derecho de propiedad, en los términos del art. 12 CC, puesto que tal renuncia sólo mira al interés del renunciante y en todo caso no está prohibida.

### M. Efectos de la omisión, abandono y rechazo de la solicitud de renovación

- § 50. La no renovación de un registro marcario produce diversos efectos jurídicos, que es conveniente sintetizar. Se entenderá no renovado un registro marcario cuando el propietario:
- a. No formula solicitud de renovación alguna.
  - b. Presenta la solicitud de renovación fuera de plazo.
  - c. No cumple con alguna carga procesal del procedimiento de renovación y ésta es abandonada. Ejemplos de no cumplimiento de cargas procesales son:

- No cumplimiento de una orden de corrección o aclaración.
- No pago de la tasa de renovación (el pago incompleto de la tasa de renovación, sin complemento oportuno, equivale a no pago).
- No acreditación del pago de la tasa ante el INAPI.
- Acreditación del pago de la tasa fuera de plazo.

§ 51. Un primer efecto es que se produce la caducidad de la marca, pero como la renovación es una carga jurídica referida a la conservación de la propiedad marcaria, no se generan efectos retroactivos. Por lo mismo, el o los registros precedentes habrán producido válidamente sus efectos jurídicos.

§ 52. Las frases de propaganda adscritas al registro caducado, siguen también el mismo destino pues están asociados a un registro base, de manera que INAPI procederá a cancelar de oficio los registros de las frases de propaganda dependientes de la marca caducada, dejando constancia en el registro correspondiente (art. 19 bis A LPI).

§ 53. Si una solicitud de renovación es abandonada y el registro a renovar aún no ha vencido o se encuentra dentro del periodo de gracia de 30 días luego del vencimiento, el titular puede volver a formular una nueva solicitud de anotación de renovación, lo que originará un nuevo procedimiento administrativo distinto del anterior. Lo anterior, en la medida que se encuentre dentro del plazo legal para solicitar la renovación y que no se trate de renovar productos y/o servicios que fueron excluidos y consecuentemente tácitamente renunciados en la renovación que fue abandonada.