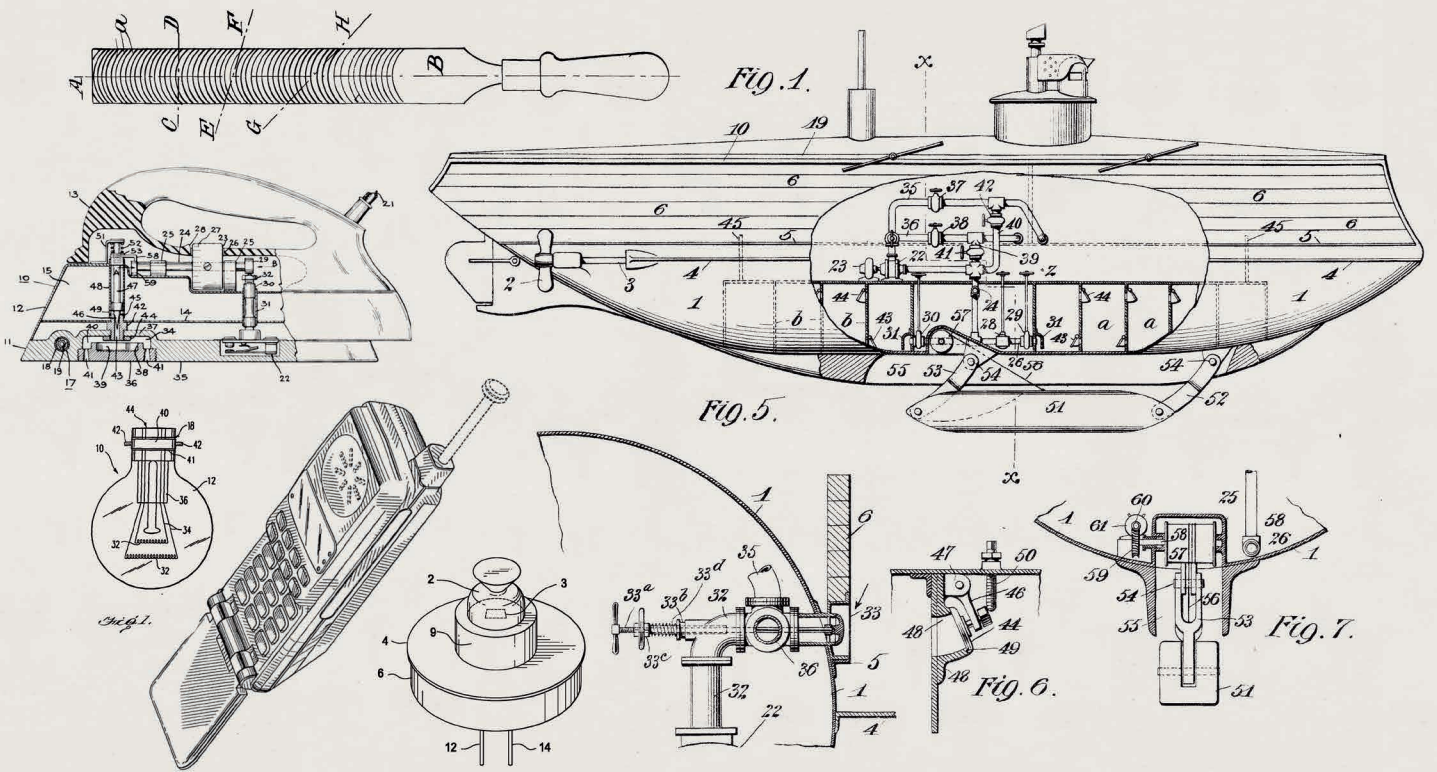




INAPI

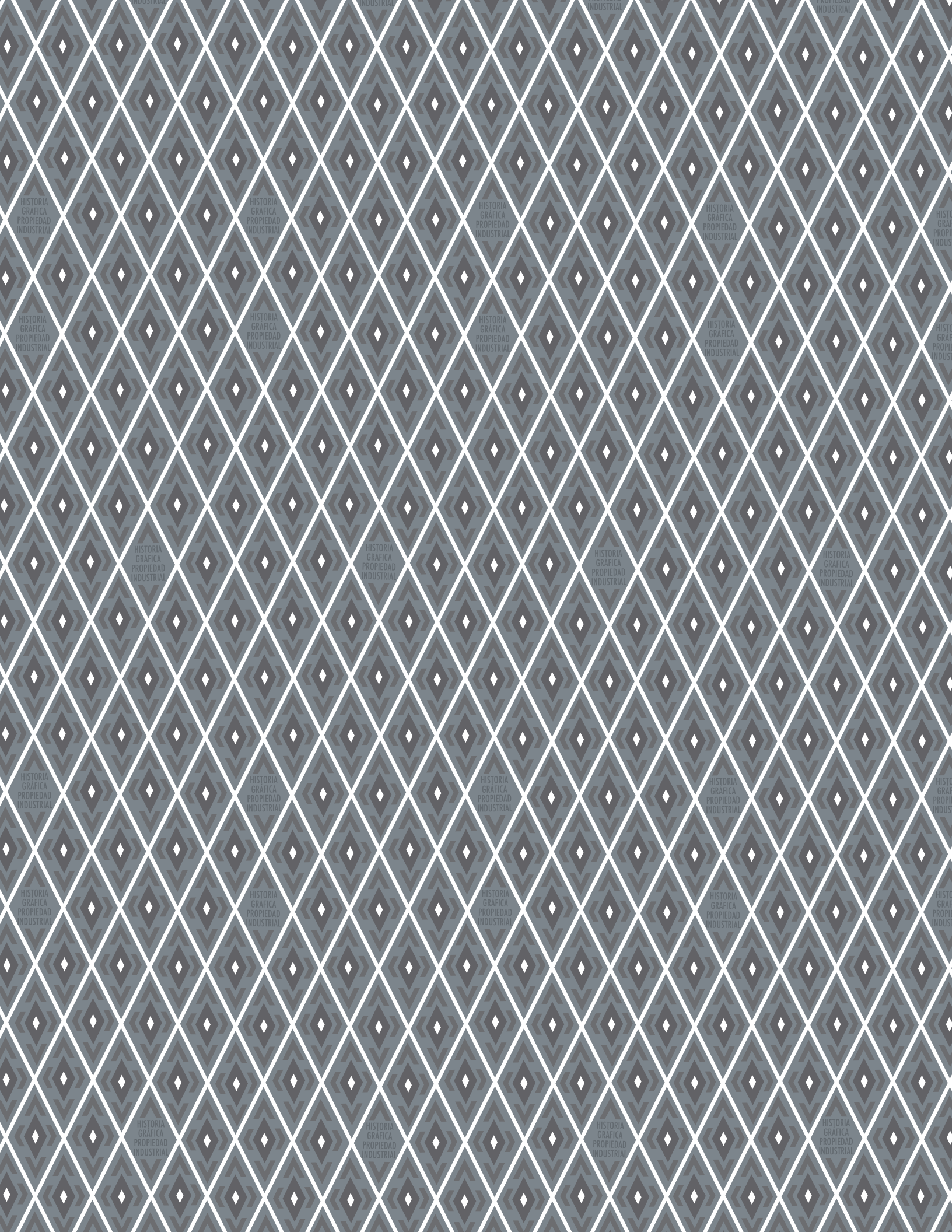
**GRAPHIC HISTORY
OF INDUSTRIAL
PROPERTY IN CHILE**

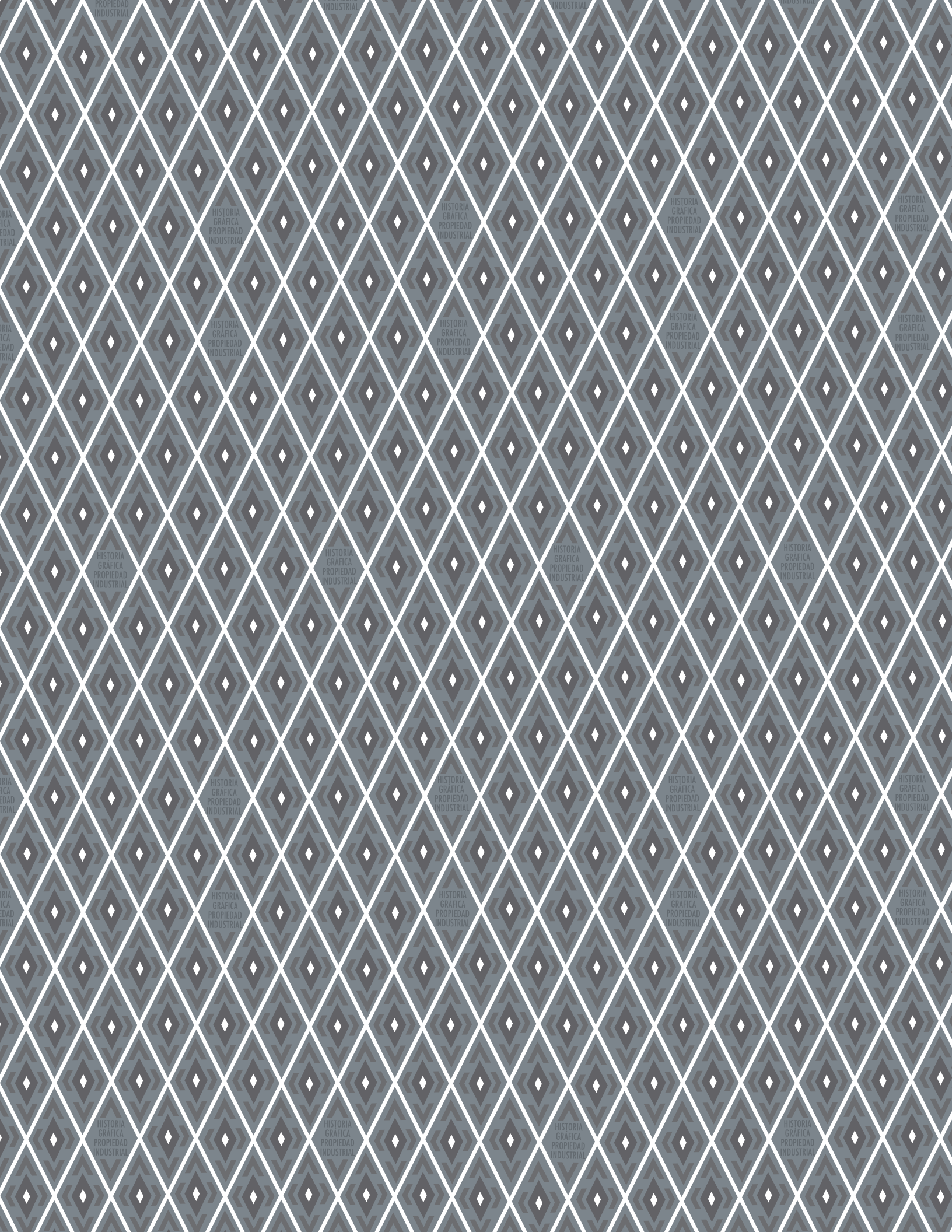
**HISTORIA GRÁFICA
DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL EN CHILE**



GRAPHIC HISTORY OF INDUSTRIAL PROPERTY IN CHILE
HISTORIA GRÁFICA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN CHILE







GRAPHIC HISTORY OF INDUSTRIAL PROPERTY IN CHILE
National Institute of Industrial Property, INAPI.

HISTORIA GRÁFICA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN
CHILE
Instituto Nacional de Propiedad Industrial, INAPI.

The publication of the first edition of this book was possible thanks to the support of the Pontificia Universidad Católica de Chile, Universidad Católica del Norte and the World Intellectual Property Organization (WIPO).

La publicación de la primera edición de este libro fue posible gracias al apoyo de la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Universidad Católica del Norte y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

EDITORIAL COMMITTEE, FIRST EDITION:
Maximiliano Santa Cruz Scantlebury
Gonzalo Navarro, Carolina Belmar, Gonzalo Polanco, Nancy Pérez, Mónica Reyes, Marcela Díaz Oviedo, Valeria Taborga, Adán González, Rogelio Campusano, Diego Ponce, Carmen Paz Álvarez, Marcela Peredo, Aisén Etcheverry, Rodrigo Trujillo, Rodrigo Díaz, Mariano Moreno.

COMITÉ EDITORIAL, PRIMERA EDICIÓN:
Maximiliano Santa Cruz Scantlebury
Gonzalo Navarro, Carolina Belmar, Gonzalo Polanco, Nancy Pérez, Mónica Reyes, Marcela Díaz Oviedo, Valeria Taborga, Adán González, Rogelio Campusano, Diego Ponce, Carmen Paz Álvarez, Marcela Peredo, Aisén Etcheverry, Rodrigo Trujillo, Rodrigo Díaz, Mariano Moreno.

COLLABORATORS TO THIS THIRD BILINGUAL EDITION:
Carolina Belmar, Esteban Figueroa, Sergio Escudero, Catalina Olivos, María José Sepúlveda, Pilar Trivelli, Stephanie Trejos, Marcela Díaz, Constanza Zülch, Ignacio Villalabeitia, María Pilar Rivera.

COLABORARON EN ESTA TERCERA EDICIÓN BILINGÜE:
Carolina Belmar, Esteban Figueroa, Sergio Escudero, Catalina Olivos, María José Sepúlveda, Pilar Trivelli, Stephanie Trejos, Marcela Díaz, Constanza Zülch, Ignacio Villalabeitia, María Pilar Rivera.

GENERAL COORDINATION OF THE THIRD EDITION:
Eileen Frodden Kelly

COORDINACIÓN GENERAL DE LA TERCERA EDICIÓN:
Eileen Frodden Kelly



PIE DE TEXTO

PRODUCED BY PIE DE TEXTO

PRODUCIDO POR PIE DE TEXTO

No part of this publication may be reproduced, stored or transmitted in any form or by any means, nor distributed to the public through the sale, or any other transfer of property of the original or copies of this work without the authorization of the National Institute of Industrial Property.

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por cualquier procedimiento, ni distribuida al público mediante venta, o cualquier otra transferencia de propiedad del original o de los ejemplares de su obra sin autorización del Instituto Nacional de Propiedad Industrial.

GENERAL EDITING: Pedro Álvarez Caselli
EXECUTIVE PRODUCTION: Karen Angulo
RESEARCH AND TEXTS: Pedro Álvarez, Eduardo Castillo
ART DIRECTION: Pedro Álvarez, Karen Angulo
DIGITALIZATION, RETOUCHING AND CLASSIFICATION OF VISUAL MATERIAL: Pedro Álvarez, Karen Angulo, Mariana Muñoz
IMAGES: INAPI Archive, National Archive, Pie de Texto, Pro Intech S.A., Commercial Luxia Ltda., Surikat Group S.A., Crystal Lagoons Corporation.

EDICIÓN GENERAL: Pedro Álvarez Caselli
PRODUCCIÓN EJECUTIVA: Karen Angulo Olea
INVESTIGACIÓN Y TEXTOS: Pedro Álvarez, Eduardo Castillo
DIRECCIÓN DE ARTE: Pedro Álvarez, Karen Angulo
DIGITALIZACIÓN, RETOQUE Y CATALOGACIÓN DE MATERIAL VISUAL: Pedro Álvarez, Karen Angulo, Mariana Muñoz
IMÁGENES: Archivo INAPI, Archivo Nacional, Pie de Texto, Pro Intech S.A., Comercial Luxia Ltda., Surikat Group S.A., Crystal Lagoons Corporation.

PRINTING: Ograma
PRINT RUN: 1500 copies, Third Edition
© INAPI Exclusive Rights

IMPRESIÓN: Ograma
TIRAJE: 1500 ejemplares, Tercera Edición
© INAPI
Derechos exclusivos

Intellectual Property Registry
Registry N° 257310, 2015
I.S.B.N. 978-956-9009-02-0

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 257310, 2015
I.S.B.N. 978-956-9009-02-0

INAPI

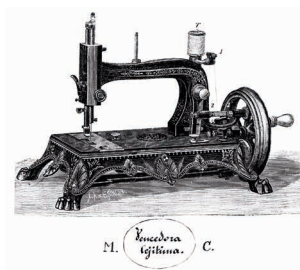
**GRAPHIC HISTORY
OF INDUSTRIAL
PROPERTY IN CHILE**

**HISTORIA GRÁFICA
DE LA PROPIEDAD
INDUSTRIAL EN CHILE**



INDEX

ÍNDICE



INTRODUCTION

- 08 Introductory remarks
- 12 Prologue
- 18 Background
- 22 Milestones

CHAPTER 1

THE REPUBLICAN CHILE OF 19TH CENTURY

- 24 The dawn of national production
- 27 First trade law of 1840
- 32 Areas of production: agriculture, trade, mining and industry
- 42 The National Agricultural Society
- 45 Second law of 1874
- 49 The saltpeter export boom: the motor of chilean industry
- 55 The expansion of trademarks and patents

CHAPTER 2

FROM THE CENTENNIAL TO THE PROJECT OF AN INDUSTRIALIZED COUNTRY

- 66 The turn of the century and Nation's Centennial
- 69 Consumption and the rise of mass communications in Chile
- 79 Third Regulations of 1925 and the creation of the Office of Industrial Property
- 82 The global economic depression of 1929: the end of the export model
- 88 Import Substitution Industrialization (ISI)
- 95 Fourth Regulations of 1931
- 97 The Department of Manufacturing Industries: the precursor office

INTRODUCCIÓN

- 08 Palabras introductorias
- 12 Prólogo
- 18 Antecedentes
- 22 Hitos históricos

CAPÍTULO 1

EL CHILE REPUBLICANO DEL SIGLO XIX

- 24 Albores de la producción nacional
- 27 Primera normativa de 1840
- 32 Ámbitos productivos: agricultura, comercio, minería e industria
- 42 La Sociedad Nacional de Agricultura
- 45 Segunda normativa de 1874
- 49 El auge exportador del salitre: el motor de la industria chilena
- 55 La expansión de las marcas y patentes

CAPÍTULO 2

DEL CENTENARIO AL PROYECTO DE UN PAÍS INDUSTRIALIZADO

- 66 El cambio de siglo y el Centenario de la Nación
- 69 Consumo y surgimiento de la comunicación de masas en Chile
- 79 Tercera Normativa de 1925 y creación de la Oficina de Propiedad Industrial
- 82 La depresión económica mundial de 1929: el fin del modelo exportador
- 88 Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)
- 95 Cuarta Normativa de 1931
- 97 El Departamento de Industrias Fabriles: la oficina precursora



- 100** The promotional of national industry: made in Chile
- 105** The inward-oriented development model
- 120** Referential trademarks and patents of national industry during the period
- 138** Industry and Industrial Property in revolutionary times

- 100** El fomento de la industria nacional: hecho en Chile
- 105** El modelo de desarrollo hacia adentro
- 120** Referentes de marcas y patentes de la industria nacional en el período
- 138** Industria y Propiedad Industrial en tiempos de revolución



CHAPTER 3

GLOBALIZATION AND KNOWLEDGE SOCIETY

- 154** The end of developmentalist model
- 155** Industrial Property and the market
- 165** Chile and the international protection of Industrial Property
- 171** The eighties: the privatization scenario
- 177** The nineties: the global integration
- 183** Department of Industrial Property (DPI)
- 189** Commercial brands: the new paradigm
- 196** Geographical Indication (GI) and Designation of Origin (DO)
- 199** Technological advances that serve the registration procedure
- 201** Recent scenario of trademark and patent registration in the country
- 208** Progress on Patent Issues and the Patent Cooperation (PCT)
- 213** Seal of origin: preserving cultural identity and strengthening local development
- 215** Modernization and growth of trademark system
- 217** Institutional progress
- 218** Technology transfer and dissemination of knowledge

- 222** Bibliography
- 227** Agradecimientos

CAPÍTULO 3

GLOBALIZACIÓN Y SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

- 154** El fin del modelo desarrollista
- 155** Propiedad Industrial y mercado
- 165** Chile y la protección internacional de la Propiedad Industrial
- 171** Los años ochenta: el escenario de la privatización
- 177** Los años noventa: la integración al mundo
- 183** Departamento de Propiedad Industrial (DPI)
- 189** El nuevo paradigma de las marcas comerciales
- 196** La Indicación Geográfica (IG) y la Denominación de Origen (DO)
- 199** Avances tecnológicos al servicio del procedimiento de registro
- 201** Escenario reciente del registro de marcas y patentes en el país
- 208** Avances en materia de Patentes y Tratado de Cooperación (PCT)
- 213** Sello de Origen: identidad cultural y fomento del desarrollo local
- 215** Modernización y crecimiento del sistema de marcas
- 217** Avances institucionales
- 218** Transferencia de tecnología y difusión del conocimiento

- 222** Bibliography
- 227** Acknowledgments



INTRODUCTORY REMARKS

PALABRAS INTRODUCTORIAS

MAXIMILIANO SANTA CRUZ
SCANTLEBURY

*National Director of the National
Institute of Industrial Property*

*Director Nacional del Instituto
Nacional de Propiedad Industrial*

Increasingly, Industrial Property ceases to be something distant to common people, playing a more usual role in our everyday life than we all notice. The trademarks that identify the products we consume and the services we use, the designs we prefer, the appellations of origin that identify our food and the patents in technologies that simplify our lives, are all industrial property rights. Behind every trademark, patent and design, there are months of work and years of research, market studies, prototyping, troubleshooting and fundraising. This effort is rewarded with industrial property rights enshrined in the Constitution and the law, and granted by the National Institute of Industrial Property (INAPI) after verifying that all legal requirements are fulfilled.

I had the fortune of taking charge of INAPI the year it was created, during President Michelle Bachelet's first term. It has been a great honor for me to watch this institution grow and to say that nowadays we have reached a level of maturity worthy of imitation, and of which we should feel proud as a country.

The first edition of this book was launched as part of the Bicentennial of our Republic, and 170 years after the first patent was granted in the country. Five years have passed now and this work again represents a unique opportunity to look at our social and economic history from the perspective of innovation, culture and traditions, which is why we wanted to update and complement this work.

Already in 1840, then-President José Joaquín Prieto granted the first patent to Mr. Andrés Blest, uncle of the renowned writer Alberto Blest Gana. The patent related to a method for producing rum. From that time until today, many things have changed: it is no longer the President of Chile, but rather a specialized agency, who's in charge of granting

Cada vez más la Propiedad Industrial deja de ser algo ajeno para el común de las personas. Ella se encuentra en nuestro día a día con más frecuencia de la que todos creemos. Las marcas que distinguen los productos que consumimos y los servicios que usamos, los diseños que preferimos, las denominaciones de origen que identifican nuestros alimentos y las patentes de las tecnologías que nos simplifican la vida, todos son derechos de Propiedad Industrial. Detrás de cada marca, patente y diseño, encontramos un trabajo de meses y, por qué no decirlo, de años de investigación, estudios de mercado, creación de prototipos, soluciones de problemas y búsqueda de financiamiento. Este esfuerzo es recompensado con los derechos de Propiedad Industrial que consagra la Constitución y la ley, y son los que otorga el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) después de verificar que los requisitos que la norma establece para cada caso se cumplen.

Tuve la suerte de hacerme cargo del INAPI cuando la Presidenta Michelle Bachelet lo creó en su primer mandato. Ha sido para mí un gran honor ver crecer a esta institución y poder decir que hoy hemos llegado a un grado de madurez digno de imitar y del cual tenemos que sentirnos orgullosos como país.

La primera edición de este libro se hizo en el marco de las celebraciones del Bicentenario de nuestra República y a 170 años de la concesión de la primera patente de invención. Han pasado ya cinco años y esta obra sigue representando una oportunidad única para mirar nuestra historia social y económica desde la perspectiva de la innovación, la cultura y las costumbres, razón por la cual la hemos querido actualizar y complementar.

Ya en 1840, el entonces Presidente José Joaquín Prieto concedía la primera patente

patents; these are no longer a privilege, but a right; and we are no longer dealing with sporadic local inventions, as the National Institute of Industrial Property currently accepts over three thousand patent applications each year, in technical areas ranging from electronics to pharmaceuticals.

This story follows a similar path in the case of trademarks. Considered exclusively from the perspective of Industrial Property, trademarks are signs that allow us to identify goods and services and bring order in different markets.

However, as we can observe in this book, trademarks are also an irrefutable testimony of the evolution of the aesthetics, values and customs of our society. Thus, while it would be unthinkable today to promote an alcoholic beverage as a digestive and pectoral tonic, this wasn't a surprise to anyone back in 1900. And there are many such examples, from cigarettes to soap, from the value given to national emblems and national heroes to the fascination with anything that was European. All this is represented in this book, through its Industrial Property story and images.

But beyond the historical information and the visual appeal of the images, *Graphic History of Industrial Property in Chile* invites us to think about the role of industrial property. Through images and anecdotes on trademarks and patents, we can rediscover the constant, frequently unperceived presence of Industrial Property in our lives. By analyzing these trademarks and patents, and the history of the branch of law discussed in the book, we can appreciate how much progress we have made and how much we have yet to accomplish.

With this third edition of the *Graphic History of Industrial Property in Chile* we are celebrating more than six years of life of INAPI and high-

de invención a don Andrés Blest, tío del renombrado escritor Alberto Blest Gana. La patente era para un método para hacer ron. Desde aquel entonces hasta nuestros días muchas cosas han cambiado; ya no es el Presidente de la República sino que un organismo especializado quien otorga las patentes; éstas ya no son un privilegio sino que un derecho, y ya no se trata de invenciones esporádicas y locales sino que hoy en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial se reciben más de tres mil solicitudes de patentes en todas las áreas de la técnica que van desde la electrónica a la biotecnología.

Desde la perspectiva de las marcas, la historia sigue un curso similar. Si miramos las marcas únicamente desde el punto de vista de la Propiedad Industrial, éstas son elementos que permiten identificar bienes y servicios y que ayudan a ordenar los mercados, permitiendo que el consumidor distinga y elija el producto o el servicio de su preferencia por sobre los demás.

Sin embargo, como se aprecia en este libro, las marcas son también testimonio fehaciente de la evolución de la estética, de los valores y de las costumbres de nuestra sociedad. Así, si bien hoy en día sería impensado promocionar una bebida alcohólica como tónico digestivo y pectoral, allá por el 1900, esto a nadie sorprendía. Y ejemplos como estos hay muchos, desde cigarrillos hasta jabones, desde la valoración de los emblemas nacionales y próceres de la patria, a la fascinación por lo europeo. De todo ello da cuenta este libro en su relato e imágenes y a través de la Propiedad Industrial.

Pero más allá de los datos históricos y del atractivo visual de las imágenes, el libro *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile*, nos invita a reflexionar sobre el rol de la Propiedad Industrial. Por medio de imágenes y anécdotas

lighting the great achievements and tremendous challenges we have ahead.

We went from being a mere department of the Ministry of Economy to be an autonomous institution with its own budget, with technology platforms consistent with current times, and with digital records and online processing to facilitate our users' work. From a simple registrar office, we became an agency that provides content and statistics, contributes to public policy, supports research and technology transfer and plays a substantive role in the national innovation system. The evolution is clear and has been recognized by our peers and users.

Since 2014 INAPI has become part of an exclusive group of industrial property offices, as we operate as an International Search Authority and International Preliminary Examination Authority, under the most important patent procedure treaty: the Patent Cooperation Treaty (PCT).

This has really been a tremendous step for our Institute, but also for our country, since with this role we contribute to gradually transform Chile into a regional innovation hub, a vehicle of economic development in Latin America.

The efforts and the work of a great team and the constant cross support of companies, universities, individuals and our Civil Society Council, allowed us to carry out not only the great challenge of being a leader, but also many others, such as the Seal of Origin program, which seeks to preserve the Chilean traditions, enhancing our products and promote the association of our farmers and artisans.

Notwithstanding the above, challenges ahead are still great. We have the commitment to provide the best quality service. We always want to be at the forefront of advances in

sobre marcas y patentes, podemos redescubrir la presencia constante, muchas veces desapercibida, de la Propiedad Industrial en nuestras vidas. Por medio del análisis de dichas marcas y patentes, y de la historia de esta rama del derecho recogida en el libro, podemos apreciar cuánto hemos avanzado y cuánto queda por hacer.

Con esta tercera edición del libro *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile*, estamos celebrando más de seis años de vida de INAPI y destacando los grandes logros y los tremendos desafíos que tenemos por delante.

Pasamos de ser un departamento del Ministerio de Economía, a ser una Institución autónoma, con presupuesto propio, con plataformas tecnológicas acordes a nuestros tiempos, con digitalización de sus expedientes y tramitación en línea para facilitarles el trabajo a nuestros solicitantes. De ser una simple oficina registral, pasamos a ser un organismo que provee contenidos y estadísticas, aporta a las políticas públicas, apoya la investigación y la transferencia tecnológica y forma parte integral del sistema nacional de innovación. La evolución es clara y ha sido reconocida por nuestros pares y usuarios.

Desde el año 2014 INAPI ha comenzado a formar parte de un selecto grupo de oficinas de Propiedad Intelectual, desde que operamos como Autoridad Internacional de Búsqueda y Autoridad Internacional de Examen Preliminar, de acuerdo al tratado más importante en materia de procedimientos de patentes: el Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT).

Ha sido realmente un gran paso para nuestro Instituto, pero también para nuestro país, ya que así contribuimos a transformarnos poco a poco en un polo regional de innovación, un vehículo del desarrollo económico en Latinoamérica.

technology and international standards, and INAPI's team knows they must work hard to meet these expectations.

Just like history, Industrial Property is alive, changes, grows and adapts. As citizens, it is our duty to recognize where we come from and to contribute to our growth as a nation. As National Institute of Industrial Property it is our duty to adapt and move forward with history and sometimes also to anticipate events. This book is a reminder of the above, a unique opportunity, an effort ever undertaken before to look at our present and past and to plan our future from a new perspective.

Finally, I must thank the collaboration of all those who participated in the development of this initiative: to the authors, to all INAPI's officials, who have been the driving force in making the Institute what it is today, recognized both inside and outside the country; to the Ministry of Economy, Development and Tourism and to the World Intellectual Property Organization -WIPO-, without whom the information contained in this book would remain nowadays hidden in our Institute's cellars.

Los esfuerzos y el trabajo de un gran equipo, así como el constante apoyo transversal tanto de empresas, universidades, personas naturales y de nuestro Consejo de la Sociedad Civil, nos ha permitido llevar adelante no sólo este gran desafío de ser un referente, sino que muchos más, como por ejemplo el programa Sello de Origen, que busca preservar las tradiciones chilenas, potenciando nuestros productos y la asociatividad de nuestros agricultores y artesanos.

Pero los desafíos aún son grandes. Tenemos el compromiso de otorgar un servicio de la mejor calidad. Siempre queremos estar a la vanguardia de los adelantos de la tecnología y de los estándares internacionales, por lo que el equipo de INAPI sabe que debe trabajar duro para cumplir con estas expectativas.

Al igual que la historia, la Propiedad Industrial es viva, cambia, crece y se adapta. Como ciudadanos, es nuestro deber reconocer de dónde venimos y aportar a nuestro crecimiento como nación. Como Instituto Nacional de Propiedad Industrial es nuestro deber adaptarnos y avanzar junto con la historia y en algunos casos anticiparnos a los hechos. Este libro es un recuerdo de ello, una oportunidad única, un esfuerzo nunca antes realizado de mirar nuestro presente, pasado y de proyectar nuestro futuro desde una nueva perspectiva.

Finalmente, no puedo sino agradecer la colaboración de todos aquellos que participaron en el desarrollo de esta iniciativa, a los autores, a todos los funcionarios de INAPI que han sido el motor para llevar al Instituto al lugar que actualmente se le reconoce tanto fuera como dentro del país, al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual- OMPI, sin quienes la información contenida en este libro permanecería hoy escondida en las bodegas de nuestro Instituto.

GRAPHIC HISTORY OF INDUSTRIAL PROPERTY IN CHILE

HISTORIA GRÁFICA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN CHILE

PROLOGUE

This publication refers to the historical evolution of Industrial Property in our country over more than two hundred years, from its beginnings in the 19th century until the present. Its visual content includes primarily the development of trademarks and patents as reference of commercial and productive development, and it is also an important graphic testimony of the nation's life. It clearly illustrates the changes not only in productive activities, but also in the uses, consumption, customs and perceptions of the Chilean society.

The structure of this book includes three main chapters: the Republican Chile of the 19th and 20th centuries until the Great Depression of 1929, with an emerging national industry and the increase of imports (mainly consumer goods), with foreign trademarks being registered in the country; the Chile of imports substitution period, a process which began with the great crisis of 1929 and lasted until the economic and trade liberalization period that commenced in 1973, initiating a phase of development based on the promotion of exports and the exploitation of comparative advantages; finally, the emergence of the knowledge society, with its increasing market globalization.

The first chapter encompasses the dawn of economic and industrial life, and the attempts of national entrepreneurs and manufacturers to respond to the demand of products or services as a complement to the importation of manufactured goods and the arrival of foreign companies or their representatives to the country. All this taking place within the framework defined by the economic liberalism on which Chile based its development through the export of raw materials, mainly from the mining sector (as in the emblematic case of saltpeter),

PRÓLOGO

Esta publicación aborda la evolución histórica de la Propiedad Industrial en nuestro país a través de más de doscientos años, desde sus inicios en el siglo XIX, hasta la actualidad. Sus contenidos visuales comprenden principalmente el desarrollo de las marcas y las patentes como un referente del desarrollo comercial y productivo, al tiempo que constituyen un importante testimonio gráfico de la vida nacional. Quedan de manifiesto los cambios no sólo en el quehacer productivo, sino en los usos, el consumo, los hábitos y percepciones de la sociedad chilena.

El libro se estructura en base a tres grandes capítulos: el Chile republicano del siglo XIX y XX hasta la Gran Depresión de 1929 con la incipiente industria nacional y el incremento de las importaciones, principalmente de productos de consumo, con marcas extranjeras registradas en el país; el Chile de la sustitución de importaciones que se fue conformando a partir de la gran crisis de 1929 hasta la apertura comercial y liberalización de la economía desde 1973, que dio inicio a una fase de desarrollo basada en la promoción de exportaciones y aprovechamiento de las ventajas comparativas; por último, el surgimiento de la sociedad del conocimiento con la creciente globalización de los mercados.

El primer capítulo, comprende los albores de la vida económica e industrial, y los intentos de los empresarios y fabricantes nacionales por responder a la demanda de productos o servicios en forma complementaria a las posibilidades brindadas por la importación de bienes manufacturados y la instalación de las compañías extranjeras o su representación a nivel local. Lo anterior, en un marco definido por el liberalismo económico en que Chile basó su desarrollo a través de la exportación de materias primas, principalmente del rubro de



ABOVE: trademark used to market cotton wool, 1924.

ARRIBA: marca utilizada para comercializar algodón hidrófilo, 1924.



and the import of manufactured products in all fields.

The second chapter spans from the Centennial celebration until 1973. Among the relevant historical economic events occurred during this period, this chapter examines the Great Depression of 1929, which deeply affected Chile and whose consequences were compounded by the devastating effect suffered by the country following the substitution of natural saltpeter—the foundation of our economy and exports—by synthetic saltpeter. Meanwhile, on the international level, both the First and Second World Wars and the 1919 Russian Revolution led governments to assume a much more active role in social development. Thanks to the creation of the Chilean Economic Development Agency (CORFO) in 1939, the Chilean State participated directly in the development of productive sectors that were considered strategic and supported the national industry. This produced a shift away from the liberal economic model that characterized most of the 19th century. During the 1960s and 1970s, the country also faced a scientific and technological challenge, a differentiating factor that made its international relevance felt in the postwar period, as it sought to strengthen ties with national industry through various initiatives, such as the creation of the Technical Cooperation Service and the Technological Research Institute.

The third chapter, which spans the last decades of the 20th century and more recent years, deals with the development of Industrial Property in the country, within the framework of a new economic model based on the promotion of exports and the opening of the national market to imports worldwide. This policy included the subscription of various Free Trade Agreements with the most developed and

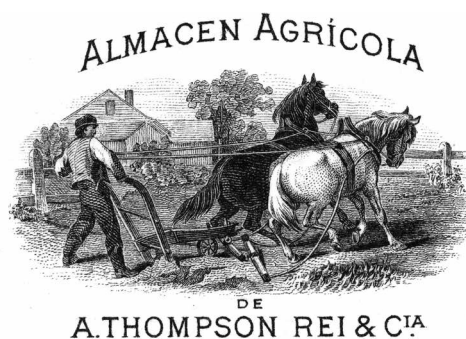
la minería, como fue el caso emblemático del salitre, y la importación de productos elaborados en toda clase de rubros.

El segundo capítulo abarca desde las celebraciones del Centenario hasta el año 1973. Entre los sucesos históricos relevantes de este período para la economía nacional se examina la Gran Depresión de 1929, que afectó profundamente a Chile y cuyas consecuencias se sumaron al devastador efecto que tuvo para el país la sustitución del salitre natural—base de nuestra economía y de nuestras exportaciones—por el salitre sintético. A su vez, y en el plano internacional, tanto la Primera Guerra Mundial como la revolución rusa de 1919 impulsaron a los gobiernos a asumir un rol mucho más protagónico en el desarrollo social. En Chile, gracias a la creación de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) en 1939, el Estado tuvo una participación directa en el desarrollo de sectores productivos considerados estratégicos y en el apoyo a la industria nacional. Esto produjo un distanciamiento del modelo económico liberal que había caracterizado mayormente al siglo XIX. Asimismo, los años sesenta y setenta enfrentaron al país al desafío científico y tecnológico como factor diferenciador que hizo sentir su relevancia mundial desde la posguerra, instancia que buscó fortalecer los lazos con la industria nacional a través de distintas iniciativas, como fueron el Servicio de Cooperación Técnica y el Instituto de Investigaciones Tecnológicas.

El tercer capítulo, que se sitúa entre las últimas décadas del siglo XX y los años más recientes, aborda el desarrollo de la Propiedad Industrial en el país en el marco de un nuevo modelo económico basado en el fomento de las exportaciones y la apertura del mercado nacional a importaciones de todo el mundo. Esta política estará acompañada por la firma

ABOVE: distinctive seal used to register Invention Patents by the Section of Exclusive Privileges of the Ministry of Industry and Public Works, 1909.

ARRIBA: sello distintivo utilizado para el Registro de Patentes de Invención por la Sección de Privilegios Exclusivos del Ministerio de Industrias y Obras Públicas, 1909.



ABOVE: trademark registered for sale of agricultural machinery, Santiago, 1888.

ARRIBA: marca registrada para venta de maquinaria agrícola. Santiago, 1888.

dynamic economies on the planet. Along with an increasing globalization of markets, this particular historical moment will bring new and important possibilities for trademarks and patents, where the proper insertion of local elements into the global scene, as well as the technological development, will gain new meaning in the context of the knowledge society. In this new stage, the importance of appellations of origin and geographical indications, as new alternatives for economic and social progress, will also be relevant.

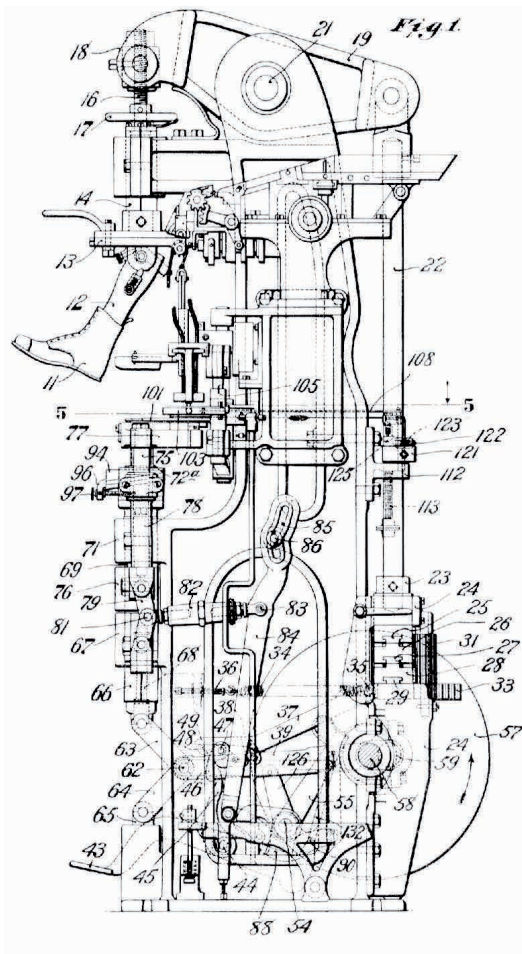
In a country whose industrial development always suffered the paradox of an uneven reality—with regional leadership and relevance in some fields and only a scarce or emerging projection in many others—this graphic history merely reminds us that our current challenges are no longer linked to the elusive promise of a “national industry,” but rather to the technological development and appropriate valuation of local elements, in the scenario of the knowledge society.

The legacy we present herein sheds light on the numerous efforts to innovate and contribute to the country’s development, with many different results. Some cases are widely recognized and visible to the public; many others have been relegated—perhaps unfairly—to oblivion, and not a few others are entirely unknown, but this path is very appropriate for exploring and recognizing our own national history. Our achievements, failures and pending challenges are reflected in this human testimony of inventions and the search of new opportunities.

de diversos Tratados de Libre Comercio con las economías más desarrolladas y dinámicas del planeta. A la par de una creciente globalización de los mercados, esta especial coyuntura histórica significará nuevas e importantes posibilidades para las marcas comerciales y las patentes, donde la correcta inserción de lo local en lo global y el desarrollo tecnológico cobrarán un nuevo sentido en el escenario de la sociedad del conocimiento. En esta nueva etapa, también será relevante la importancia adquirida por las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas como nuevas alternativas de progreso económico y social.

En un país cuyo desarrollo industrial siempre vivió la paradoja de una realidad disímil, con un liderazgo e importancia regional en algunos ámbitos y una incipiente o escasa proyección en muchos otros, esta historia gráfica no hace sino recordar que los desafíos actuales ya no pasan por la promesa siempre esquiva de la “industria nacional” sino por el desarrollo tecnológico y la adecuada valoración de lo local, en el contexto de la sociedad del conocimiento.

El legado que presentamos aquí, da cuenta de los numerosos esfuerzos por innovar y contribuir al desarrollo del país con diversos resultados. Algunos casos gozan de amplio reconocimiento y visibilidad pública; muchos otros han sido relegados tal vez injustamente al olvido, y no pocos son absolutamente desconocidos, pero este camino resulta muy adecuado para recorrer y reconocer la propia historia nacional. Nuestros logros, fracasos y desafíos pendientes se ven reflejados en este testimonio humano de invención y búsqueda de oportunidades.

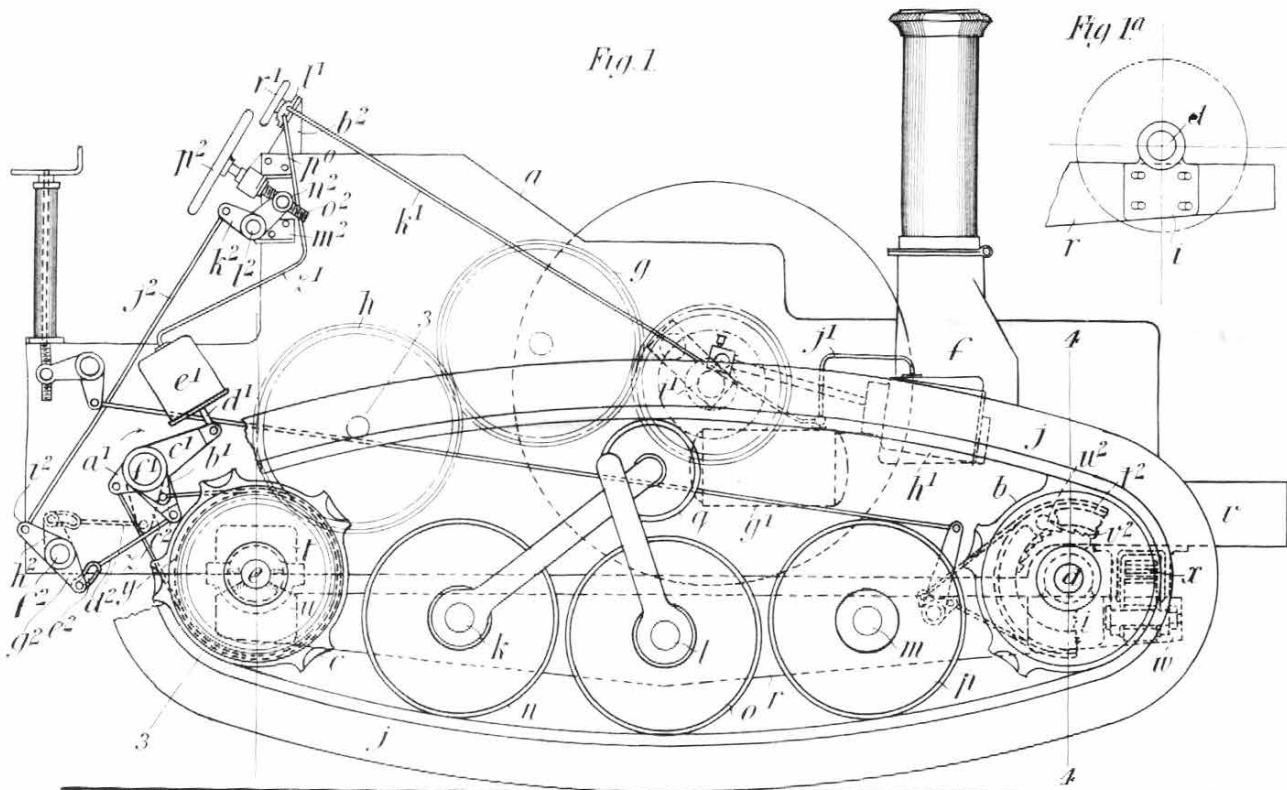


LEFT: patent granted for improvements in nailing machine for shoe heels, 1912.

IZQUIERDA: patente concedida para mejoras en máquina para clavar tacones de calzado, 1912.

BELOW: patent granted to David Roberts for improved traction engines, locomotives and vehicles, Santiago, 1909.

ABAJO: patente de invención concedida a David Roberts para mejoras en máquinas de tracción, locomotoras y vehículos, Santiago, 1909.

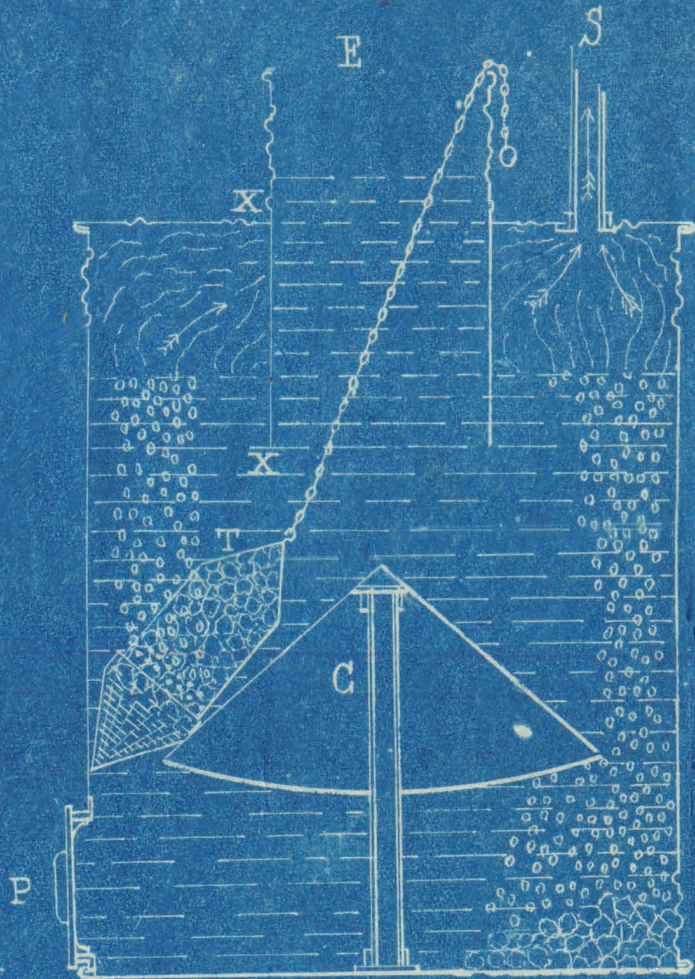


EL "HIC" X

Generador a caída de carburo
Sea con canastillo o suelto

Explicacion

- E Boca de carga
- C Corno de reparticion
- T Canastillo de carburo
- XX Division para impedir el
retroceso del gas
- P Purgador
- S Salida del gas

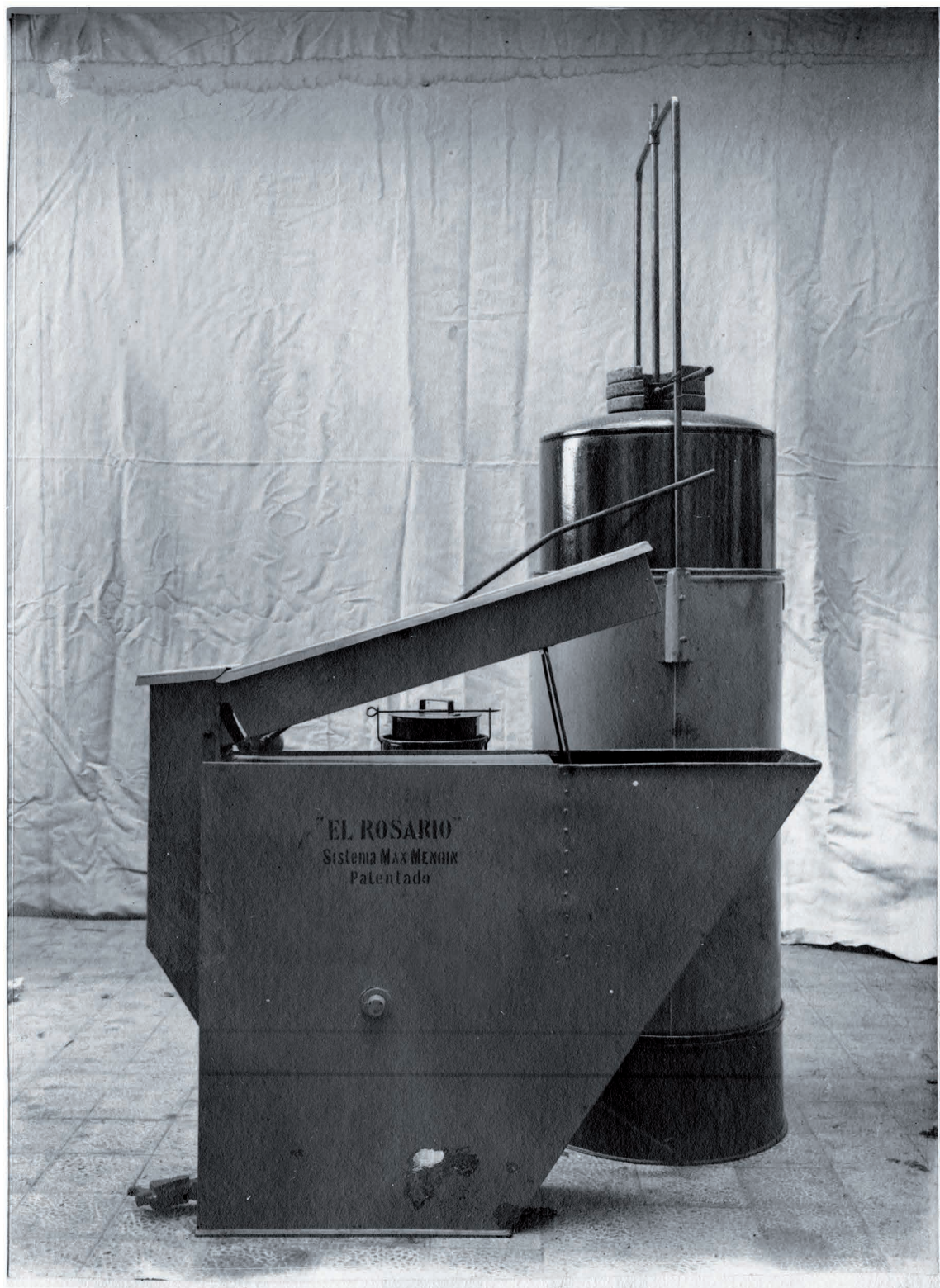


la escala en el por 1 M² litro,



V. B.º

Madrid, 1900.



LEFT PAGE AND ABOVE: blueprint of an automatic acetylene generator, "Tambour", and photograph of "El Rosario" acetylene generator, both patented in Chile by the inventor Max Mengin in 1907 and 1908, respectively.

PÁGINA IZQUIERDA Y ARRIBA: plano de generador automático de acetileno "Tambour", y fotografía de "El Rosario", generador de acetileno, ambos patentados en Chile por el inventor Max Mengin en 1907 y 1908, respectivamente.

GRAPHIC HISTORY OF INDUSTRIAL PROPERTY IN CHILE

HISTORIA GRÁFICA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN CHILE

BACKGROUND

The first known patent law was issued by the Venetian Senate in 1474, and the first laws on this subject were passed during the 18th century in Spain, the United States, France and England. But it is in the U.S. legislation of 1790, and particularly the French legislation during the Ancien Régime, when first concepts related to the protection of inventions began to appear.

Under the strict control of an absolute monarchy, inventions were protected by the issue of “royal privileges” that were granted by monarchs at their sole discretion. With the advent of the French Revolution, important transformations were made in an attempt to suppress these royal privileges; however, such authorizations for individuals became necessary to promote inventions, given the clear progressive spirit of the Industrial Revolution. This problem was resolved by establishing the inventor’s inherent right to his own creations as property, as well as his right to seize all forgeries, considering that one of the primary objectives of the French Revolution was precisely to establish the protection of private property.

During the 19th century, a series of regulations were enacted and their crystallization at international level led to an important agreement subscribed on March 20, 1883 in France. The Paris Convention helped create an International Union for the Protection of Industrial Property. The second article of this agreement established that “the subjects or citizens of each of the member States will enjoy in all other States of the Union, as regards to invention patents, drawings or industrial models, industrial or commercial trademarks, and commercial name, the advantages that their respective laws now grant, or may hereafter grant, to nationals.”¹ This important

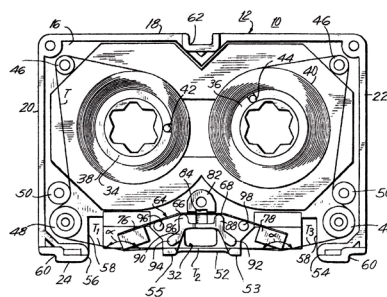
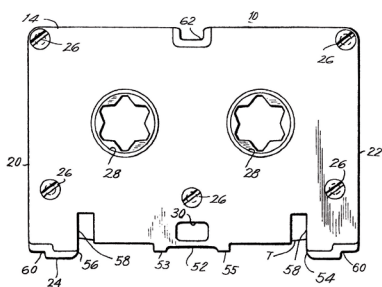
ANTECEDENTES

La primera ley de patentes conocida fue dictada por el Senado veneciano en 1474 y durante el siglo XVIII se dictaron las primeras leyes sobre la materia en España, Estados Unidos, Francia e Inglaterra. Pero, es en la legislación estadounidense de 1790 y particularmente en la francesa, durante el Antiguo Régimen, cuando surgieron los primeros conceptos relacionados con la protección de invenciones.

Bajo el rígido control de una monarquía absoluta, las invenciones se protegían por el otorgamiento de “privilegios reales”, los cuales eran concedidos por los monarcas de acuerdo a su libre arbitrio. Con el advenimiento de la Revolución Francesa se produjeron importantes transformaciones que buscaron suprimir estos privilegios reales, no obstante estas concesiones a particulares se tornaron necesarias para el fomento de las invenciones, dado el marcado espíritu progresista de la Revolución Industrial. La solución a este problema se pudo zanjar gracias a la consideración del derecho inherente del inventor sobre sus creaciones como propiedad y el derecho del mismo a confiscar las falsificaciones, tomando en cuenta que uno de los objetivos principales de la Revolución Francesa fue precisamente otorgar protección a la propiedad privada.

Durante el curso del siglo XIX se fueron promulgando una serie de normativas cuya cristalización a nivel internacional se tradujo en un importante acuerdo firmado el 20 de marzo de 1883 en Francia. Mediante el Convenio de París se constituyó una Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial. El segundo artículo de este acuerdo estipuló que “los súbditos o ciudadanos de cada uno de los Estados contratantes gozarán en todos los demás Estados de la Unión, en lo que se refiere a las patentes de invención, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o

1. Sáiz González, J. Patricio; *Legislación Histórica sobre Propiedad Industrial. España (1759-1929)*. Madrid, Oficina Española de Patentes y Marcas, p. 107.



principle, known as National Treatment, has gained more and more relevance with globalization and constitutes one of the pillars of the system that governs international trade to the present day.

It is important to note that, with the declaration of Freedom of Trade and Industry –as a result of the strong impact of the French Revolution on legislative issues–, the first nineteenth-century institutions responsible for managing Industrial Property began to emerge, with some of the basic attributions that they still possess today.

Today, Industrial Property is a branch of Intellectual Property that includes, among other things, the protection of inventions, trademarks, drawings or industrial designs, commercial names, appellations of origin, geographical indications, and ban against unfair competition.

Historically, Chilean legislation on Industrial Property considered commercial trademarks, invention patents, utility models and industrial designs; appellations of origin and geographical indications were included later. Only in 2005 was a special registry for geographical indications and designations of origin created for all types of products. Previously it was only possible to recognize appellations of origin for wines or alcoholic beverages, under a special privilege granted by the Ministry of Agriculture.

comercio, y el nombre comercial, de las ventajas que las leyes respectivas conceden en la actualidad o concedan en lo sucesivo a los nacionales”. Este importante principio, conocido como Trato Nacional, ha cobrado cada vez más vigencia con la globalización y constituye uno de los pilares del sistema internacional de comercio que rige hasta hoy.

Cabe destacar que con la proclamación de la Libertad de Comercio e Industria –como corolario del fuerte impacto que generó la Revolución Francesa en materias de orden legislativo– pudieron surgir las primeras instituciones decimonónicas encargadas de la administración de la Propiedad Industrial con algunas de las atribuciones básicas que aún les competen en la actualidad.

Hoy en día, la Propiedad Industrial es una rama de la Propiedad Intelectual que considera, entre otras cosas, la protección de las invenciones, las marcas de fábrica o de comercio, los dibujos o modelos industriales, el nombre comercial, las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas y la sanción de la competencia desleal.

Históricamente, la legislación en Chile sobre Propiedad Industrial contempló a las marcas comerciales, las patentes de invención, los modelos de utilidad y a los diseños industriales, siendo objeto de posterior consideración las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas. Sólo el año 2005 se crea un registro especial para indicaciones geográficas y denominaciones de origen abierto a todo tipo de productos, pues con anterioridad, sólo era posible el reconocimiento de denominaciones de origen para vinos o bebidas alcohólicas, en virtud de un privilegio especial otorgado por el Ministerio de Agricultura.

ABOVE: mini-cassette patented in 1983 by the U.S. company Dictaphone Corporation.

ARRIBA: cassette mini patentado en 1983 por la empresa estadounidense Dictaphone Corporation.

BELOW: patent registration for "ice cream palette", 1994.

ABAJO: registro de patente para "helado con paleta", 1994.

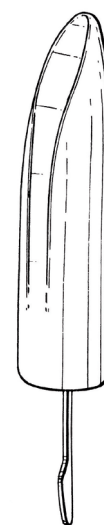


Fig.1



Fig.2

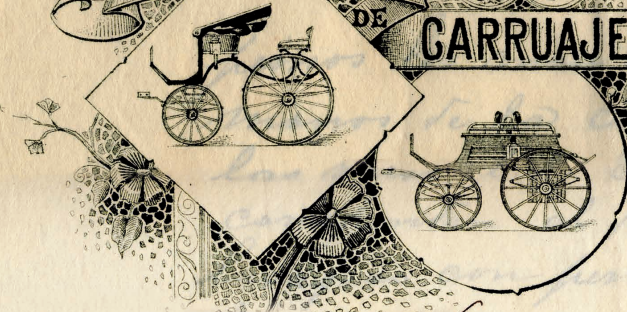
DELICIAS 2428
CAPITAL 47

FEDERICO LEDERMANN

GRAN FABRICA



DE
GARRUAJES DE LUJO



ESTABLECIMIENTO A VAPOR
CON MAQUINARIAS PERFECCIONADAS

HACE TODA CLASE DE TRABAJOS Y
COMPOSTURAS CONCERNIENTES A
SU RAMO

Importacion Directa de Liantas de Goma
y de toda clase de materiales de las mejores marcas
EUROPEAS Y NORTE-AMERICANAS
PRECIOS MODICOS

Santiago, 19

*Descripcion de mi solicitud
privilejio esclusivo.*

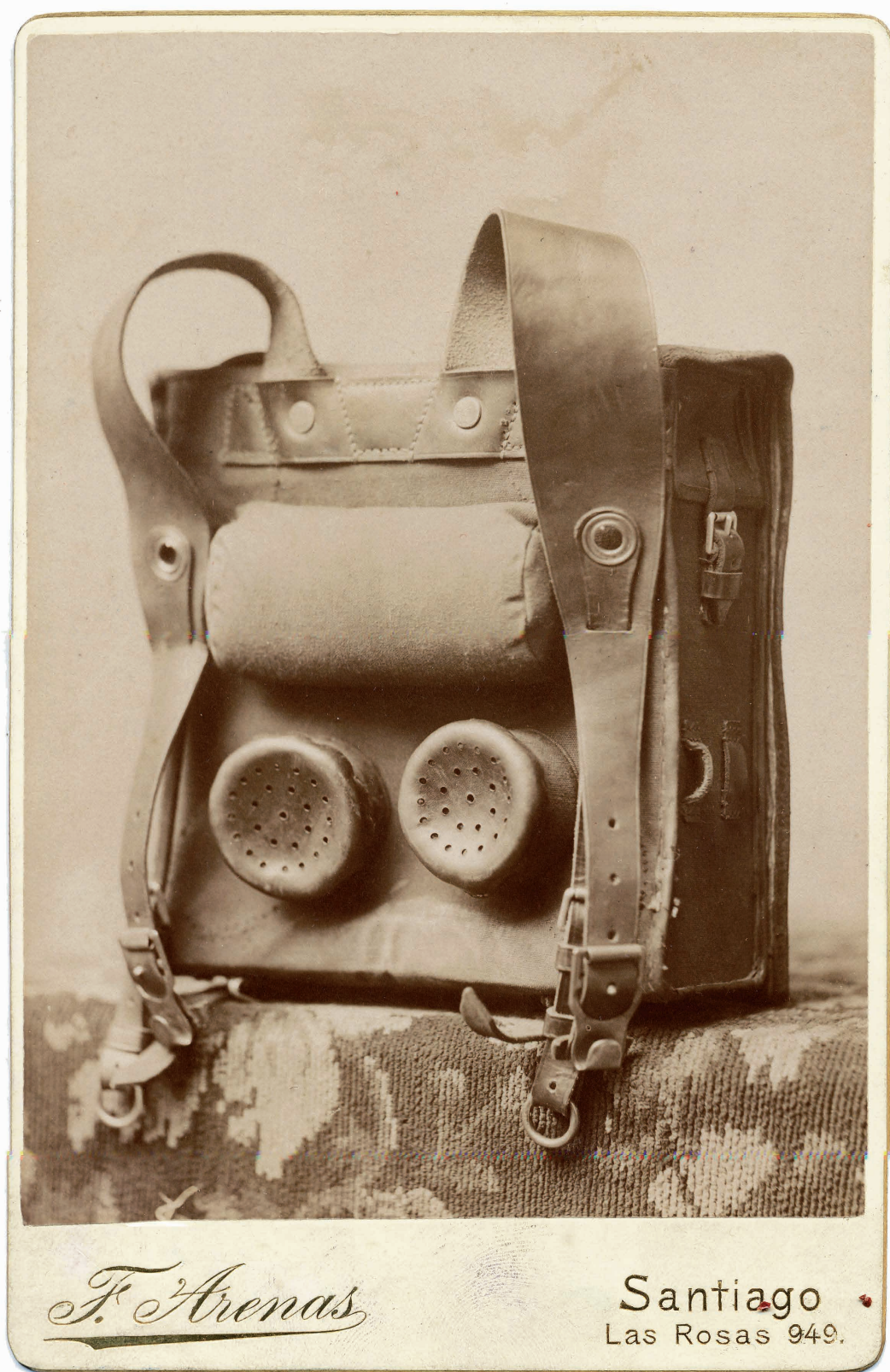
*Mi invencion consiste en una
sistema de construccion o aparato por el
cual se puede adaptar lanza o varas
en cualquiera vehiculo de a dos ruedas, segun
lo necesita el poseedor de esta.*

*La construccion de mi invencion consiste
como el dibujo adjunto indica*

*1) Para 2 Caballos en una combinacion de
la lanza a. con los balancines b. y c.
se encuentra adaptado en la caja por los
manos d. d. y por los dos tirantes e. y f. El
tirante f. va al resorte g. que tiene por objeto de
cortar el movimiento de la caja ocasionado por el
trote de los caballos. h. es la bisagra con perno que une e. y f.*

2) Para un caballo.

*Una combinacion de dos varas. i. i
Se adapta en la caja, uniendo por medio de*



LEFT: photograph of a backpack tested for its use by the Chilean Army, whose patent was granted to Filomena Corvalan, 1905.

IZQUIERDA: fotografía de mochila probada y testada, para uso del Ejército de Chile, cuya patente fue concedida a Filomena Corvalán en 1905.

LEFT PAGE: document corresponding to a patent granted to Federico Ledermann, manufacturer of luxury carriages, 1905.

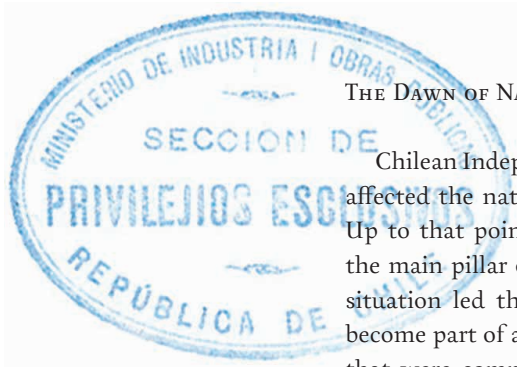
PÁGINA IZQUIERDA: documento de patente de invención concedida a Federico Ledermann, fabricante de carruajes de lujo, 1905.

CHAPTER ONE

CAPÍTULO UNO

THE REPUBLICAN CHILE OF THE 19TH CENTURY

EL CHILE REPUBLICANO DEL SIGLO XIX



THE DAWN OF NATIONAL PRODUCTION

Chilean Independence, consolidated in 1818, affected the national agriculture significantly. Up to that point, trade with Spain had been the main pillar of the national economy. That situation led the nascent Chilean market to become part of a system of satellite economies that were complementary and dependent on the European industrial centers, as a supplier of mining and agricultural raw materials, and also as a market for European manufactured goods. The consolidation of the independence process gave way to the expansion of trade capitalism, which signified the growth of the national market under the hegemony and regulation of British capitals.

During the first decades of the 19th century, thanks to strong economic incentives associated with the exploitation of rich mining deposits, the first trading companies arrived to the country with their respective agents, who in a very short time took control over the production and sale of goods, simultaneously establishing economic and social ties with the local elite. This restructure of social groups preceded the Chilean Portalian administration and the Constitution of 1833, giving rise to the creation of large private fortunes and family businesses.

In this context of economic readjustment, the absence of wholesale trade and the scarcity of demand contributed to the downfall of some of the first factories in the capital city², a situation that prevailed throughout the first phase of the Republic of Chile. Some travelers who visited the country during this time, attracted by the emancipatory process of the Chilean people, described this reality, as developing during the so-called *Patria Nueva* (“New Fatherland”) period. Due to the

ALBORES DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL

La Independencia de Chile, que se terminó de consolidar en 1818, afectó de forma significativa a la agricultura, pues, hasta ese entonces, el comercio con España había sido el principal sostenedor de la economía nacional. Esta situación determinó que el naciente mercado chileno entrara a formar parte del sistema de economías satélites, complementarias y dependientes de los centros industriales europeos, como proveedor de materias primas minero-agrícolas, y también como mercado para las manufacturas europeas. Al afianzarse el proceso independentista se inició entonces la expansión del capitalismo comercial, proceso que significó el crecimiento del mercado nacional bajo la hegemonía y regulación de los capitales británicos.

Durante las primeras décadas del siglo XIX, y gracias al fuerte estímulo económico asociado a la explotación de los ricos yacimientos mineros, se establecieron en el país las primeras casas comerciales con sus respectivos agentes, quienes en un breve lapso de tiempo tomaron control sobre la producción y comercialización de bienes, generando al mismo tiempo vínculos económicos y sociales con la elite criolla. Esta reestructuración de los grupos sociales antecedió a la administración portaliana y la Constitución de 1833, dando origen a la formación de grandes fortunas privadas y empresas familiares.

En este panorama de reajuste económico, la ausencia de un comercio mayorista y la escasez de demanda, propició la quiebra de algunas de las primeras fábricas capitalinas,² tónica que imperó durante la primera fase de la República de Chile. De esta realidad, que se desarrolló a partir de la denominada *Patria Nueva*, dieron cuenta algunos viajeros que por

2. At the dawn of the Republic, and despite the Spanish monopoly on trade that began in 1821 due to the approval of the Free Trade Law, a few furniture, clothing and food manufacturers were able to do business in the capital city. For a more extensive review, see: Feliú Cruz, Guillermo; *Santiago a comienzos del siglo XIX*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 2001. En los albores de la República, y a pesar del monopolio comercial español que se extendió hasta el año 1821 producto de la aprobación de la Ley de libertad de comercio, pudieron instalarse en la capital algunos fabricantes de muebles, vestuario y alimentos. Para una revisión más extensa, véase: Feliú Cruz, Guillermo; *Santiago a comienzos del siglo XIX*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 2001.

increasing circulation of imported articles in the local market and the minor significance of products manufactured in Chile, British writer María Graham would state:

“The goods of the country are very seldom purchased in a shop, because the few that are made are only for domestic consumption... The French shops are more numerous than any... The Germans furnish most of the glassware in common use, which is of bad quality. Toys, beads, combs, and stock perfumes, are also found in the German shops... The North Americans greatly assist in goods such as flour, biscuit, and naval provisions...”³

In relation to taxes on imported products and the attempt to protect national industry, Graham commented:

“The duties on imported products are so high, that in many cases are they equivalent to a prohibition. These measures are supposed to protect locally manufactured goods, but they forget that, with the exception of hats and beer, there is not a single factory established in Chile, since the soap-boiling and candle-dipping rudimentary industries of the country do not deserve to be named as such.”⁴

Towards the 1830s, the arrival of European immigrants with a greater knowledge of trade dynamics produced a greater openness to foreign trade, allowing new lands to be incorporated, canals and dams to be built and semi-mechanical equipment, plants, seeds and animals to be imported. In short, an expansion of agriculture and mining as the two main pillars of the national economy was developed. Beginning in 1840, this situation was

aquel entonces visitaron el país, atraídos por el proceso de emancipación del pueblo chileno. Con motivo de la creciente circulación de artículos importados que exhibía el comercio local y la poca significación de los productos manufacturados en Chile, la escritora inglesa María Graham señalaría:

“Los artículos del país, rara vez se compran en las tiendas, porque los pocos que se fabrican son sólo para el consumo doméstico... Las tiendas francesas son las más numerosas... Los alemanes proporcionan la mayor parte de la cristalería de uso corriente que es de mala calidad. Los abalorios, peines, juguetes y perfumes ordinarios se encuentran también en tiendas alemanas... Los norteamericanos contribuyen con materias corrientes: harinas, galletas y provisiones navales”.³

A propósito de los gravámenes a los productos importados y el intento de protección de la industria nacional, Graham comentaba:

“Se gravan con derechos tan altos las mercaderías importadas que en muchos casos equivalen a derechos prohibitivos. Preténdese proteger así a las manufacturas nacionales, olvidando que, con excepción de los sombreros y la cerveza, no hay en Chile manufactura alguna, pues no merecen tal nombre las rudimentarias industrias del jabón y las velas”.⁴

Hacia la década de 1830, el arribo de inmigrantes europeos, con un mayor conocimiento de la dinámica mercantil, generó una mayor apertura hacia el comercio exterior, permitiendo la incorporación de nuevas tierras, la construcción de canales y embalses, la importación de equipos semimecanizados,

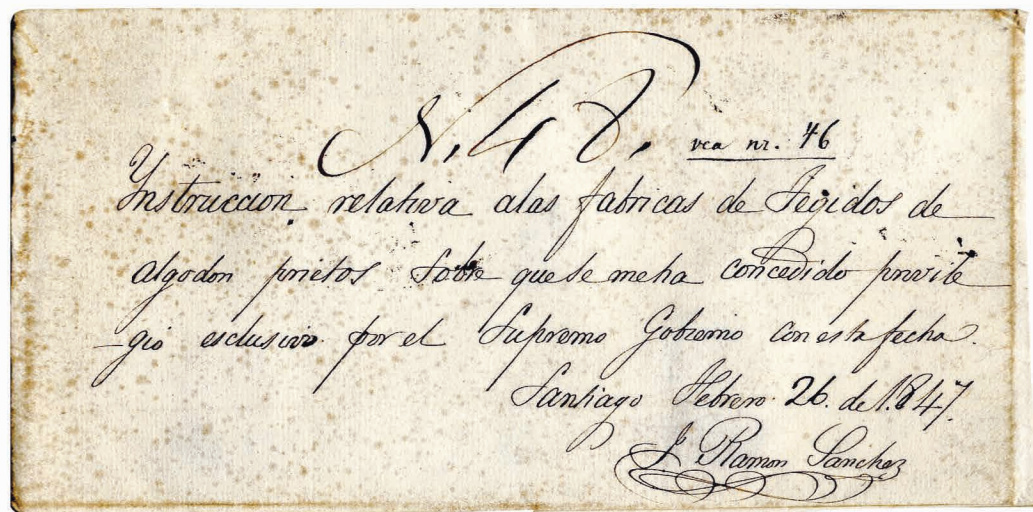


ABOVE: trademark for medicinal and food preparations registered by Luis Alamo in 1879, Santiago.

ARRIBA: marca de preparaciones medicinales y alimentarias registrada por Luis Alamo en 1879, Santiago.

BELOW: patent application of Ramón Sánchez for the use of machines to weave cotton and tocuyos in Santiago, 1847.

ABAJO: solicitud de patente de Ramón Sánchez para la utilización de máquinas para tejer algodón y tocuyos en Santiago, 1847.



3. Graham, María; *Diario de mi residencia en Chile en 1822*. Santiago, Editorial del Pacífico, 1956, pp. 40-41.
4. *Ibíd.*, p. 188.

*Instruccion del modo de hacer el Ron en Chile
Segun el metodo introducido por Andres Blest en
Su fabrica en Valparaiso*

- 1 Una cantidad de miel de Caña mezclada con la tercera parte de miel hecha de Chuncuca, es el material de q^e se puede sacar el mejor Ron, por destilacion; y de mas fuerza en proporcion a la cantidad de la materia usada.
- 2 La cantidad de agua o liquido para hacer Chicha en punto de ponerla a fermentar; debe ser seis septimas partes de toda la solucion; q^e es a cada galon de miel se agrega seis galones del liquido en q^e se disuelve la miel esto admite de variacion segun circunstancias q^e ensenara la experiencia sin perdida por atender al principio de este art.^o
- 3 El liquido q^e se agrega a la miel es de dos partes de Agua fria mezcladas con una parte de Chicha quemada; es a decir de la Chicha q^e queda en el Alembique despues de la destilacion del Ron: esta Chicha quemada se llama en Ingles Dunder y su mezcla sirve p^a delgazar, o en termino tecnico atenuar la Materia fermentada con mucho provecho en la operacion de producir el gas carbonico
- 4 El Dunder debe tener bastante calor p^a dar a toda la solucion q^e esta p^a fermentarse el grado de calor necesario; q^e es de 78 hasta 83 grados del Termometro de Fahrenheit en el invierno y 76 a 78 en el verano aun q^e en Valparayso rara vez he visto la necesidad de bajar el calor de la Chicha p^a fermentarse de 80 grados, o de subirla en el invierno a mas q^e 83.
- 5 Una vez mezclada la miel con la antedicha proporcion de Agua fria y Dunder caliente bien agitada se agrega a cada 100 galones

reflected in applications for patents and the registration of commercial trademarks.

FIRST TRADE LAW OF 1840

The gradual liberalization of the economic regime was accompanied by the productive and commercial expansion of the country. This allowed for the growth of trade⁵ to become the main argument in developing a profound transformation of the existing legal and institutional framework. The now distant independence from Spain enabled the demand for exports to become the main determinant of growth. Wheat, saltpeter, silver, wine and other products found favorable markets abroad. This growth, along with other means, motivated the creation of the National Agricultural Society in 1838; this agency was dependent on the Ministry of Finance but would later manage the registration of commercial trademarks.

The first record referring to Intellectual Property in Chile can be found in Chapter X of the Political Constitution of 1833, which deals with “the guarantees of security and property,” acknowledging and guaranteeing their existence by establishing, in Article 152, that:

“All authors or inventors will enjoy exclusive ownership of their discovery, or production, for the period of time granted by law; and, if the latter demands its publication, the inventor will be given the relevant damages.”⁶ Even so, this provision required a later law before it could be applied, which would ultimately regulate the processing and granting of patents.

At first, the President of the Republic himself was responsible for granting patents issued by the Ministry of the Interior and, subsequently, by the Ministry of Industry and Public Works.⁷ Later, the Office of Industrial Property was created, concentrating the management of trademark and patent registration in a single institution. The Law on “Exclusive Privileges” was enacted on September 9, 1840, and this norm regulated Industrial Property rights in Chile for the first time, in regards to inventions.⁸ However, the registration of the first Chilean patent was not exactly for an invention, but rather for the extension of

plantas, semillas y animales; en resumen, una proyección de la agricultura y la minería como los dos principales sostenedores de la economía nacional. Esta situación se verá reflejada a partir de 1840, en diversas solicitudes de patentes de invención y el registro de marcas comerciales.

PRIMERA NORMATIVA DE 1840

La paulatina liberalización del régimen económico se proyectó a la par de la expansión productiva y mercantil del país, transformando al crecimiento del comercio⁵ en el principal argumento para intentar una transformación más profunda del marco legal e institucional existente. La ahora lejana independencia de España permitió que la demanda por exportaciones se transformara en el principal determinante del crecimiento; el trigo, el salitre, la plata, los vinos y otros productos encontraron mercados favorables en el exterior, lo que entre otras medidas motivó la creación de la Sociedad Nacional de Agricultura en 1838, organismo dependiente del Ministerio de Hacienda, que más adelante se ocupará del registro de marcas comerciales.

El primer antecedente referido a la Propiedad Intelectual en Chile se encuentra en la Constitución Política de 1833, que en su capítulo X trata “De las garantías de la seguridad y propiedad”, reconociendo y garantizando su existencia, al disponer, en su artículo 152:

“Todo autor o inventor tendrá la propiedad exclusiva de su descubrimiento, o producción, por el tiempo que le concediere la ley; y, si ésta exigiere su publicación se dará al inventor la indemnización competente”.⁶ Aún así, esta disposición requirió de una ley posterior para su aplicación, normativa que a la postre va a contemplar la tramitación y concesión de las patentes de invención.

En un comienzo fue el propio Presidente de la República el encargado de otorgar las patentes de invención desde el Ministerio del Interior y, más adelante, a través del Ministerio de Industria y Obras Públicas.⁷ Posteriormente, se creó la Oficina de Propiedad Industrial, que reunió en una sola institución la administración del registro de marcas y patentes. El 9 de septiembre de 1840 se promulgó

LEFT PAGE: patent for a “method to produce Rum in Chile,” granted in 1840 to Andrés Blest in Valparaíso. The document corresponds to the first true invention patent granted in our country.

PÁGINA IZQUIERDA: patente de un “método para hacer Ron en Chile”, concedida en 1840 a Andrés Blest en Valparaíso. El documento, corresponde a la primera patente de invención propiamente tal otorgada en nuestro país.

5. This situation led to an unprecedented growth rate of 7.2% for Chilean trade between 1844 and 1860. For more information, see: Mamalakis, Markos; *The Growth and Structure of the Chilean Economy*, New Haven and London. Yale University Press, 1976.

Situación que produjo un inédito crecimiento del 7,2% del comercio chileno entre 1844 y 1860. Para mayor información, véase: Mamalakis, Markos; *The Growth and Structure of the Chilean Economy*, New Haven and London. Yale University Press, 1976.

6. In: <http://www.bibliojuridica.org/books/4/1641/9.pdf> [consulted on January 16, 2010].

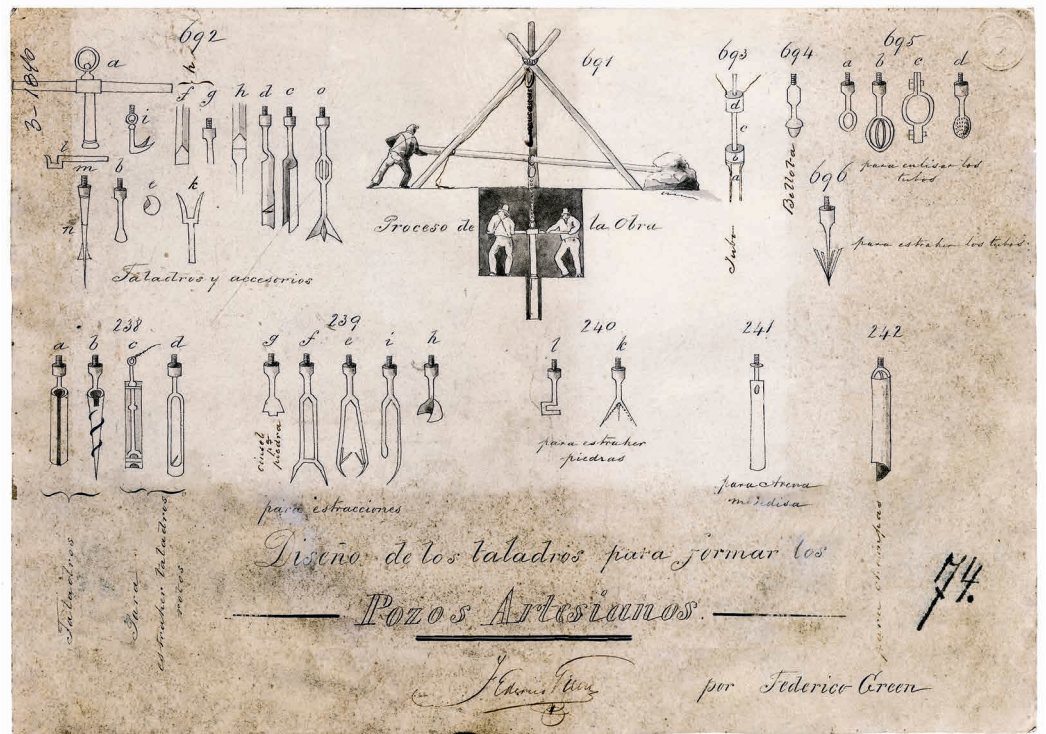
En: <http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1641/9.pdf> [fecha de consulta 16-06-2010].

7. Ley del 9 de septiembre de 1840 sobre “Privilegios exclusivos”.

8. Previously, the law of July 24, 1834 had regulated the property of “works of literature and fine arts;” it was the first law protecting Intellectual Property rights. Anteriormente, la ley del 24 de julio de 1834 había regulado la propiedad de “Obras literarias i de bellas artes”, siendo la primera que se encargó de proteger los derechos de Propiedad Intelectual.

RIGHT: patent granted in 1840 to Federico Green y Cía. for the "use of the machine and drills to establish artesian wells in the country."

DERECHA: patente concedida en 1840 a Federico Green y Cía. para "uso de la máquina y taladros para establecer en el país los pozos artesianos".



an authorization granted to Francisco Sayer in 1837 to “use the tank boat in the Port of Valparaíso.”⁹ Under this law,¹⁰ patent applications were filed before the Ministry of the Interior, which ordered an expert examination, and if found worthy, the application was stamped and granted a signed privilege by the President of the Republic.

Seven patents were registered in 1840, which is representative of the average number of annual registrations for that decade. Since then the number of patents granted each year tended to increase steadily: 72 registrations were processed between 1840 and 1849, and this figure increased to 90 between 1850 and 1959.¹¹ The first patent was granted on October 5, 1840, when physician Andrés Blest, uncle of the famous author who wrote the novel *Martín Rivas*, introduced a “method to produce Rum in Chile” in Valparaíso. On October 26, 1840, a patent was granted to Federico Green y Cía. (their third registration) for the “Use of the machine and drills to build artesian wells in the country.” Later –on November 11 of that same year– a lifelong patent was granted to British architect and inventor Juan Stevenson for a “Machine and procedure to benefit from all classes of silver metals by amalgamation.” Also during the 1840s, several authorizations

the Ley sobre “Privilegios Exclusivos”, normativa que por primera vez reguló los derechos de Propiedad Industrial en Chile relativos a las patentes de invención,⁸ aunque el registro de la primera patente en Chile no correspondió precisamente a un invento sino a la prórroga de una concesión otorgada a Francisco Sayer en 1837 para “usar la lancha Cisterna en el Puerto de Valparaíso”.⁹ Bajo esta normativa,¹⁰ las solicitudes de patente de invención se presentaban al Ministerio del Interior que ordenaba un peritaje, el que en caso de ser positivo era informado al Presidente de la República, quien otorgaba el privilegio, que iba firmado y timbrado por él.

En 1840 se inscribieron siete patentes, cantidad que es representativa del promedio anual de registros de esta década. En adelante, el número de patentes concedidas anualmente tenderá a incrementarse sistemáticamente: entre 1840 y 1849 se practicaron 72 inscripciones y entre 1850 y 1959 la cifra aumentó a 90 concesiones.¹¹ La primera concesión de una patente de introducción se produjo el 5 de octubre de 1840, cuando el médico Andrés Blest, tío del autor de la famosa novela *Martín Rivas*, introdujo en Valparaíso un “método para hacer el Ron en Chile”. El 26 de octubre de 1840 –lo que vendría a ser el tercer registro– se le concedió a Federico Green y Cía.

9. Montero, Arturo; *Registro Jeneral de Patentes de Invención 1840–1912*. Santiago, Ministerio de Industria i Obras públicas, 1913.

10. This law also established a procedure for dispute resolution among individuals, when these had been granted a privilege for the manufacture of the same product. In this case, an arbitration tribunal had to be established to resolve the conflict.

En esta norma se estableció además un procedimiento de resolución de conflictos entre personas, cuando éstas obtenían un privilegio para la fabricación de un mismo producto. En este caso, debía formarse un tribunal arbitral para dirimir el conflicto.

11. In: Montero, Arturo; op. cit. En: Montero, Arturo; op. cit.

were granted for the manufacture of glass, cotton textiles, polishes of all colors, vegetable and linseed oil, bricks for building ovens and a machine to mine gold washeries, among other inventions.

These first patents reflect the degree of development of the economic sectors that prevailed at that time, because as is clear from these early records, not just the invention itself but also its relationship with any economic activity is detailed.

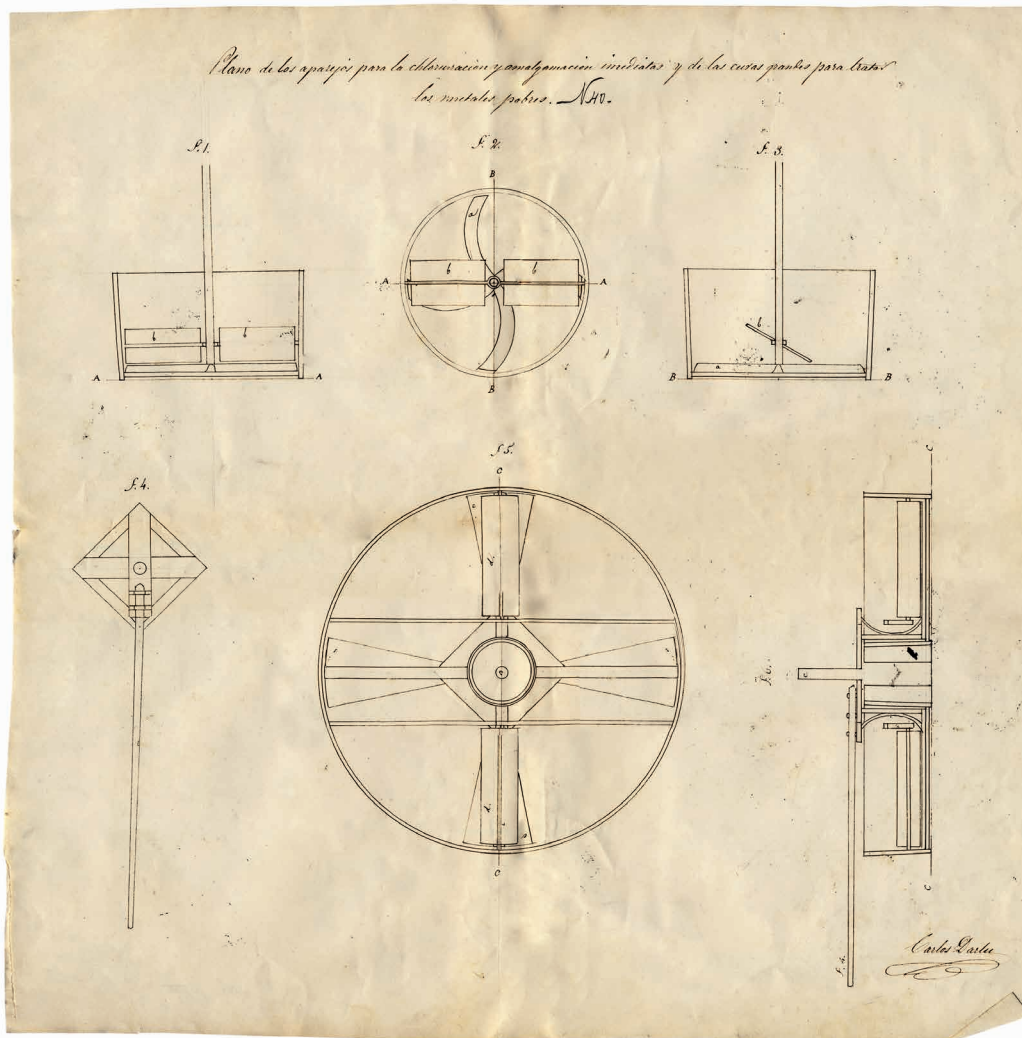
Carlos Darlu

una patente para “Uso de la máquina i taladros para establecer en el país los pozos artesianos”. Más adelante –con fecha 11 de noviembre de ese mismo año– al arquitecto e inventor inglés Juan Stevenson se le concedió de por vida la patente de una “Máquina i procedimiento para beneficiar toda clase de metales de plata por amalgamación”. También en el decenio de 1840 se entregaron diversas concesiones para la fabricación de cristales, tejidos de algodón, betunes de todos colores, aceite vegetal y de linaza, ladrillos para construir hornos, y una máquina para reducir los lavaderos de oro, entre otras invenciones.

Estos primeros patentamientos fueron un reflejo del grado de desarrollo de los sectores económicos que prevalecieron en aquel entonces ya que, según se desprende de estos embrionarios registros, no sólo se consignaba la invención propiamente tal, sino también su relación directa con alguna actividad económica.

BOTTOM, LEFT: patent granted in 1842 to Carlos Darlu “to benefit from the amalgamation of so-called cold silver ores.” The technical certification of the authorization was under the responsibility of the naturalist Claudio Gay.

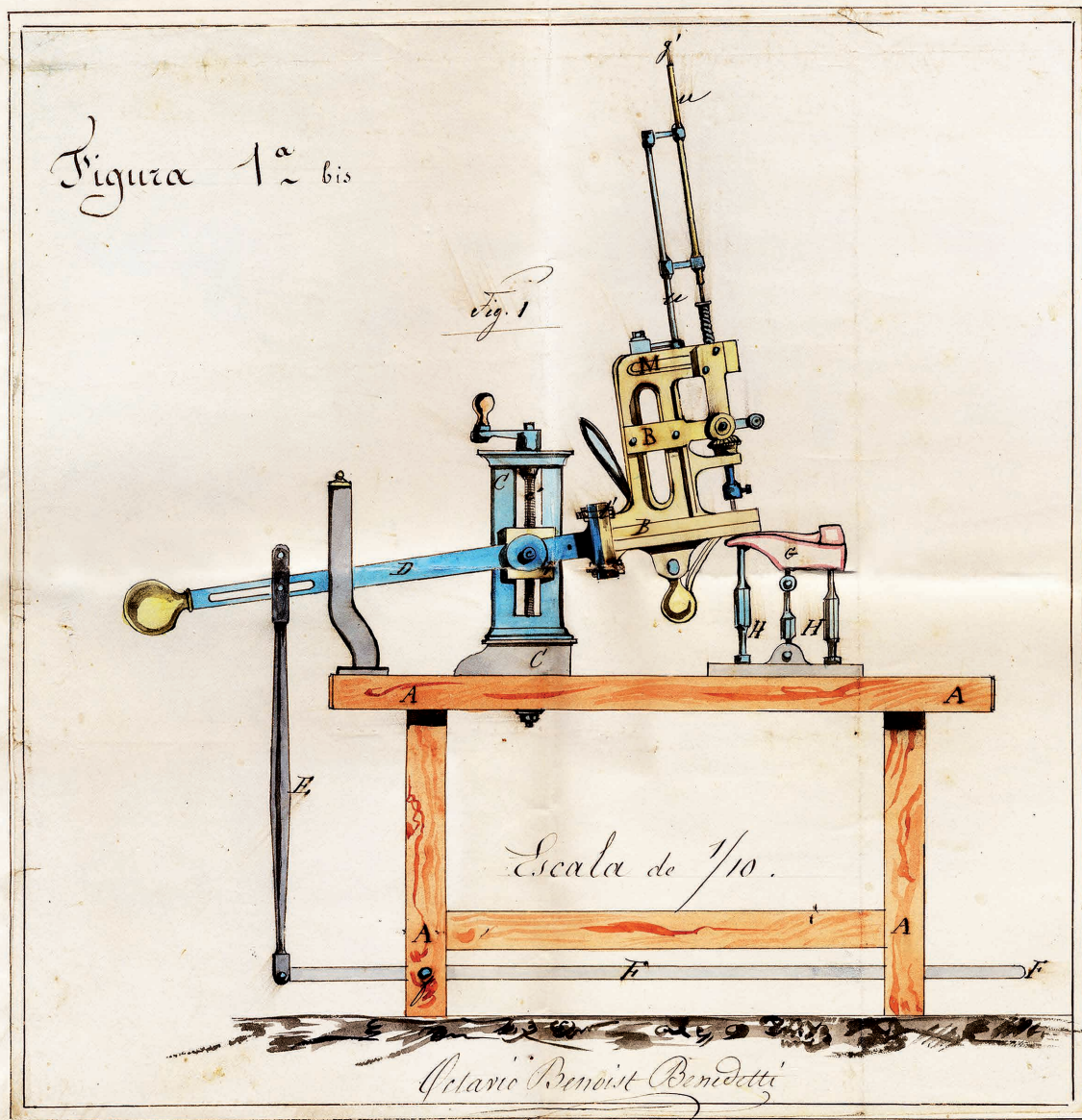
ABAJO, IZQUIERDA: dibujo y planos de patente concedida en 1842 a Carlos Darlu “para beneficiar por amalgamación los minerales de plata denominados frios”. La certificación técnica de la concesión estuvo a cargo del naturalista Claudio Gay.



ABOVE: official seal of the Republic of Chile included in Mateo Chessi's patent application, 1841.

ARRIBA: sello oficial de la República de Chile incluido en la solicitud de patente de Mateo Chessi, 1841.

Diseños de la Máquina para estaquillar Zapatos con estaquillas de tornillos de Metal.



ABOVE: design of "machine for sticking shoes with metal pegs" filed by the industrialist Octavio Benoit Benedetti, 1863.

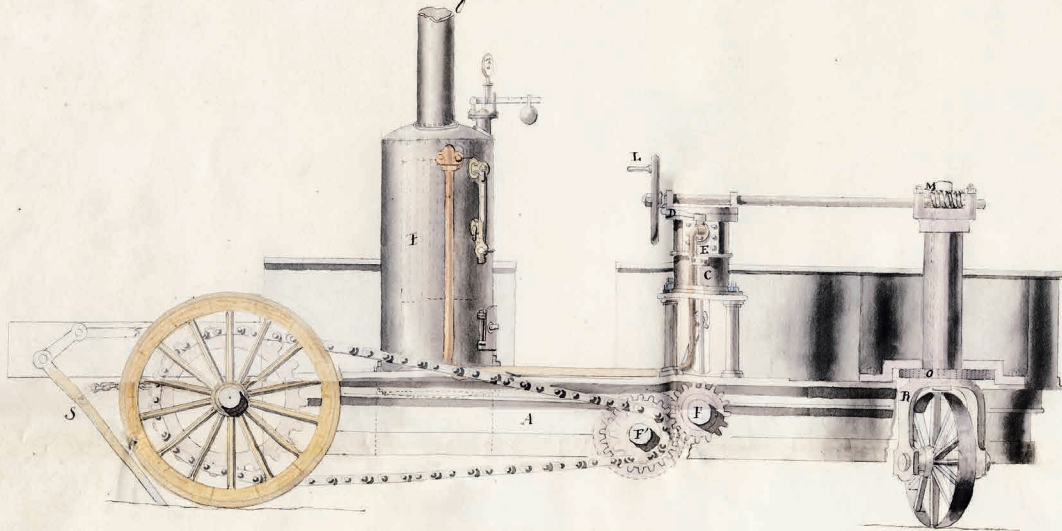
ARRIBA: diseño de "máquina para estaquillar zapatos con estaquillas de tornillos de metal" del industrial Octavio Benoit Benedetti, 1863.

RIGHT PAGE: "steam locomotive and carriage" patent granted to Augusto Biaut in 1871.

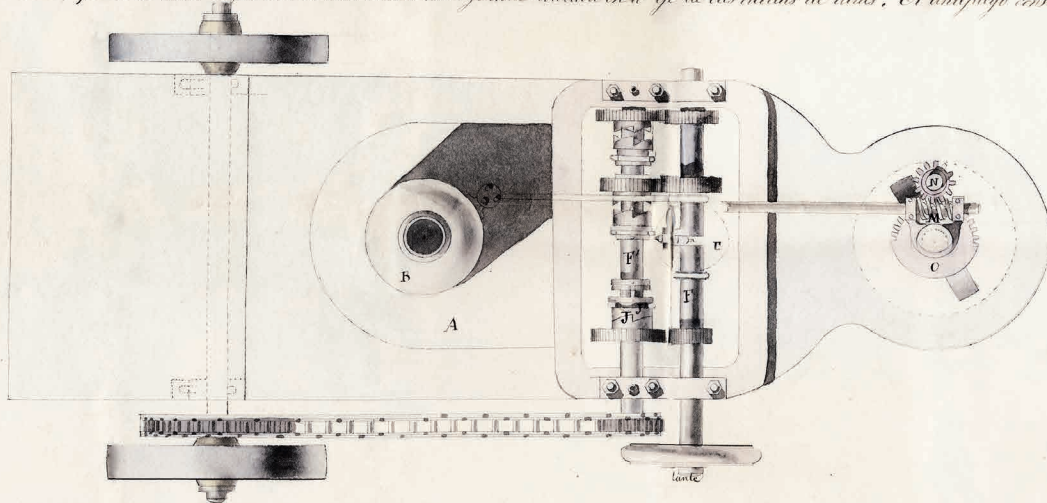
PÁGINA DERECHA: patente de "locomotoras y coches a vapor" concedida a Augusto Biaut en 1871.

Locomotora

Para vías no fijas



El mástil A en que descansa toda la maquinaria es de plancha de fierro batida remachada en barras de fierro angulos que dan toda la rigidez necesaria. El caldera B es vertical u tubular; i lleva todos los aparatos de seguridad adaptados en todos los generadores de vapor, como valvulas de seguridad, tubo de nivel de agua, llaves de escape de... El poco diámetro i su elevacion hacen impracticable el descenso del agua, asi como i due declives de la via. El cilindro a vapor C tiene su caja de distribucion arreglada para que la introduccion sea variable, por medio de la conocida conectora de Stephenson, sea para una marcha mas lenta, sea para un cambio o retroceso de marcha. El vapor pasa a la caja de distribucion E, habiendo el conductor la llave D, la barra o vistago del cilindro del cilindro, da movimiento al eje principal F de la locomotora. En eje tiene firmemente afianzados 3 o mas ruedas dentadas de distintos diametros, i que engranan con un e con otra piñon del eje intermediaria F'. Estas ultimas son lo que se dice que pueden girar sobre este eje sin darle movimiento, i solamente le sirven a formar cuerpo con el, cuando el manchar S por ejemplo, engrana por su mancha con otra igual de la rueda, F' ~~de la locomotora~~. El manchar tiene una ranura cilindrica en que va colocada la horquilla de una palanca que está proxima al conductor. El eje intermediario lleva un piñon estanco que engrana con una corona conocida por el nombre de Sallé, que a su turno engrana con una rueda mas grande colocada en el eje de las ruedas de abris. El antipingo consta



de una sola rueda, que el conductor puede dirigir por medio de la rueda a manchar A, cuyo movimiento se comunica al tornillo sin fin M, de allí al piñon N, de este a otro colocado a la circunferencia de un eje vertical que engrana con la rueda intermediaria o afianzada en el antipingo R. La locomotora tiene decaimas de las palancas, i unas generalmente usadas en las locomotoras. La palanca S que reca en el suelo o vchuntas, es el conector segun el caso de ser necesario en la locomotora. El eje principal puede girar sobre la terna comunicacion con el eje intermediario, acompañando los manchar, i durante solo puede hacer funcionar sea la bomba de inyeccion, o de escape en un lugar, o en un punto de agua, sea para dar movimiento a otro mecanismo ajeno a la locomotora.

H. Brown

M. Aldunate

Santiago Abril 13 de 1871

A. B. Cant

BELOW: *Lliu Lliu*, a red wine trademark registered by the wine grower Marcelo Devés in 1881.

ABAJO: *Lliu Lliu*, marca de vino tinto registrada por el vinicultor Marcelo Devés en 1881.

12. In reference to the origin of consumer societies, historian Norman Pounds declared: "In recent years, much has been written about the phase of industrialization that preceded the full development of the industrial factory system, and it has even been called the 'proto-industrial phase.' It was different from simple artisan production in that it had a larger market and that there was an intermediary between producer and consumer. Meanwhile, it was different from the factory system in the small scale of its productive units and, in most cases, in its independence from mechanical power. In: Pounds, Norman; *La vida cotidiana. Historia de la cultura material*. Barcelona, Crítica, 1999, pgs. 391-392. Refiriéndose a los inicios de las sociedades de consumo, el historiador Norman Pounds señala lo siguiente: "En los últimos años se ha escrito mucho sobre la fase de industrialización que precedió al pleno desarrollo del sistema industrial fabril, e incluso se le ha denominado 'fase protoindustrial'. Se diferenciaba de la producción artesanal simple en que su mercado era mucho mayor y en que, entre productor y consumidor, mediaba un intermediario. A su vez, se diferenciaba del sistema fabril en la pequeña escala de las unidades productivas y, en la mayoría de los casos, en su independencia de la energía mecánica. En: Pounds, Norman; *La vida cotidiana. Historia de la cultura material*. Barcelona, Crítica, 1999, pp. 391-392.

AREAS OF PRODUCTION: AGRICULTURE, TRADE, MINING AND INDUSTRY

Midway through the 19th century, the country had concluded its Republican organization, laying the foundations for an economic development that produced a period of rapid growth in important fields such as culture, trade and communications. A process of State reorganization, which allowed the Chilean economy to establish international ties, thanks to an export boom, characterized this first cycle of expansion. Chile possessed an industrial sector of considerable size and modern characteristics, giving rise to a period of proto-industrialization¹² in the most urbanized regions of the country.

An important factor in development was the early arrival of European and U.S. immigrants. Since the period of Independence authorities implemented an "open door" policy for foreign visitors and settlers, as they considered their respective countries to be models

ÁMBITOS PRODUCTIVOS: AGRICULTURA, COMERCIO, MINERÍA E INDUSTRIA

A mediados del siglo XIX, el país había concluido la etapa de organización republicana, sentándose las bases del desarrollo económico que determinaron un período de acelerado crecimiento en aspectos relevantes como la cultura, el comercio y las comunicaciones. Este primer ciclo de expansión se caracterizó por un proceso de reorganización del Estado que permitió a la economía chilena establecer vínculos internacionales gracias al auge de las exportaciones. Chile dispuso de un sector industrial de dimensiones considerables y características modernas, dando inicio a un período de protoindustrialización¹² en los sectores más urbanizados del país.

Factor importante de desarrollo fue el temprano establecimiento de inmigrantes europeos y estadounidenses, ya que desde tiempos de la Independencia, las autoridades aplicaron una política de "puertas abiertas" con los





of industrial progress. In many cases they were businessmen and investors who represented private trading houses and had a profession or some specific knowledge of technical or entrepreneurial matters. On this subject, in 1858 Jorge Hunneus wrote in his thesis, to obtain a Law Degree, that one path for promoting the development of both “ingenuity” and “inventions,” as well as the newly emerging national industry, was to grant honorary citizenship to all foreigners who made relevant contributions to the country in this field:

“...allow me here to emphasize a noble and wise provision that is provided under the French laws. These laws recognize an important exception to the rule that requires ten years of residence for any foreigner wishing to obtain a letter of citizenship in France, establishing that this term may be reduced to just one year for those who have performed some notable service to the Nation, introduced on its soil some useful industry or invention, or founded an establishment of some consideration. It would be desirable that the Chilean constitutional provision, which recognizes naturalization by privilege (1833), would be extended not only in the extremely rare case where the foreigner has served the Republic specifically, but rather that it wholeheartedly embrace the

visitantes y colonizadores extranjeros, porque vieron en sus respectivos países modelos de progreso industrial. En términos generales, se trató de comerciantes e inversionistas que representaban a casas mercantiles y privados que detentaban una profesión o conocimientos específicos en materias técnicas o empresariales. Al respecto, en 1858 Jorge Hunneus planteaba en su memoria para optar al grado de Licenciado en Leyes que una alternativa para fomentar el desarrollo tanto de los “ingenios” e “inventos” como de la novel industria nacional era otorgar la nacionalidad por gracia a los extranjeros que realizaran un aporte relevante al país en este sentido:

“...permítaseme hacer alto aquí en una noble y sabia disposición que se halla consignada en el cuerpo de leyes francesas. Reconociendo éstas una excepción importante a la regla que exige diez años de domicilio al extranjero que desea obtener en Francia carta de ciudadanía, establecen que ese término se reducirá a solo un año en favor del que hubiese prestado a la Nación algún servicio notable, introducido en su suelo alguna industria o invención útil, o fundado algún establecimiento de consideración. Sería de desear que el artículo constitucional chileno en que se reconoce la naturalización por privilegio (1833), no se extendiera tan solo

ABOVE: monogram of a manufacturer of liquors and beverages registered in Santiago by Francisco Miralles in 1883.

ARRIBA: monograma de fabricante de licores y bebidas inscrito en Santiago por Francisco Miralles en 1883.

ABOVE, LEFT: Hacienda de Limache, wine trademark registered by Carmen Quiroga de Urmeneta in Santiago, 1881.

ARRIBA, IZQUIERDA: Hacienda de Limache, marca de vino registrada por Carmen Quiroga de Urmeneta en Santiago, 1881.



ABOVE: trademark registered by Rose Innes y Cía., for all types of goods, 1881.

ARRIBA: marca registrada por Rose Innes y Cía., para toda clase de mercaderías, 1881.

BELOW: graphic identifier of the Bellavista Tomé factory, founded in 1865 by industrialist Guillermo Délano.

ABAJO: identificador gráfico de la fábrica Bellavista Tomé fundada en 1865 por el industrial Guillermo Délano.



13. Hunneus, Jorge; "Derecho Público y de Gentes. Condición del extranjero en Chile, comparada con la del mismo en Inglaterra y Francia". Draft thesis to obtain the degree of Bachelor of Law, read on December 2, 1858. In: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, pg. 198.
- Hunneus, Jorge; "Derecho Público y de Gentes. Condición del extranjero en Chile, comparada con la del mismo en Inglaterra y Francia". Memoria de prueba para obtener el grado de Licenciado en leyes, leída el 2 de diciembre de 1858. En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, p. 198.
14. Both innovations were implemented in our country by U.S. entrepreneur William Wheelwright. Ambas innovaciones fueron implementadas en nuestro país por el empresario estadounidense William Wheelwright.

progressive and liberal French provision, thus also establishing an exception to the general rules, which could be no less than highly favorable for the country, since it would stimulate immigration, a fundamental basis for the development and culture of any State that is just beginning to occupy its place among sovereign Nations, such as Chile, and all other Spanish-American nations."¹³

As they settled in the country, these immigrants partnered with influential Chilean businessmen or established their own companies, driving a nascent productive activity. Thus, their capitals of commercial origin were gradually channeled towards the activities that were prevalent in the national economy, such as agriculture, mining, manufacturing and banking, which also became sources of credit for other emerging companies.

During the 1850s and 1860s, economic growth was directly related to the export of wheat, flour, silver and copper. Since public finances began to stabilize, fiscal income grew significantly for the first time after Chile's Independence, facilitating the modernization of the productive and transportation infrastructure of the country's northern and central regions. Two signs of this were the creation of the first railroad, which connected Caldera with Copiapó, and the installation of the electrical telegraph between Santiago and Valparaíso in 1851.¹⁴ Consequently, with the economic expansion and the growth of urban centers, the country's first industries oriented towards the internal market were created, with the foods, beverages, leather, textiles, footwear, furniture and carriages industries as preferred fields. Also, an emerging industrial sector dedicated to the forging and manufacture of machinery for mills, bridges, railways, locomotives, wagons, turbines and weaponry was developed. Meanwhile, the Chilean economic expansion as a subsidiary of the sustained growth of the European industrial economies, reached its finest moment halfway through the 1860s.

During this period of consolidation of the national economy some important companies were founded, such as the first beer and ice factory belonging to Joaquín Plageman (1849), José Tomás Urmeneta's Compañía de Consumidores de Gas de Santiago (1857), the establishments of Lever Murphy y Cía., which

al rarísimo caso de que el extranjero hubiese servido señaladamente a la República, sino que abrazase íntegramente la progresista y liberal disposición francesa, estableciendo así también una excepción a las reglas generales, que no podría menos de ser en alto grado favorable al país, pues que alentaría la inmigración, esa base tan principal del adelanto y de la cultura en todo Estado que empieza apenas a ocupar un rango entre las Naciones soberanas, como lo es Chile, y como lo son todas las Hispano-Americanas".¹³

Instalados en el país, estos inmigrantes se asociaron con influyentes hombres de negocios chilenos o bien fundaron sus propias empresas, impulsando una naciente actividad productiva. De esta manera, sus capitales de origen comercial fueron derivando hacia aquellas actividades propias de la economía nacional como la agricultura, la minería, la industria y la banca, constituyéndose además en fuentes de crédito para las nacientes empresas.

En las décadas de 1850 y 1860, el crecimiento económico estuvo directamente relacionado con la exportación de trigo, harina, plata y cobre. Como las finanzas públicas se estabilizaron, los ingresos fiscales crecieron de manera significativa por primera vez tras la Independencia, permitiendo la modernización de la infraestructura productiva y de transportes de las zonas norte y central de Chile. Prueba de ello fueron la puesta en marcha del primer ferrocarril, que unió Caldera con Copiapó, y la instalación del telégrafo eléctrico entre Santiago y Valparaíso en 1851.¹⁴ En consecuencia, con el despegue económico y el crecimiento de los centros urbanos, se instalaron en el país las primeras industrias orientadas al mercado interno siendo los rubros preferentes los alimentos, bebidas, cuero, telas, calzado, muebles y carruajes, así como también una incipiente industria destinada a la fundición y fabricación de maquinaria de molinos, puentes, tranvías, locomotoras, vagones, turbinas y armamento. A su vez, la expansión económica chilena, en su condición subsidiaria del sostenido crecimiento de las economías industriales europeas, alcanzó su mejor momento a mediados de la década de 1860.

En este período de afianzamiento de la economía nacional se crearon algunas empresas de relevancia, como la primera fábrica de

built heavy machinery (1860), and Guillermo Délano's cloth factory in Tomé (1865), to mention just a few. Patent registration was present in this economic and manufacturing dynamic; proof of this was the emergence of a new provision for industrial protection in the Civil Code, enacted on December 14, 1855, Article 584, which established that "all products of talent or ingenuity are the property of their authors," and also added that "this type of property will be governed by special laws."¹⁵

This new commercial logic promoted openness towards other markets. This demanded progress in terms of navigation, infrastructure and more advanced technologies for exploiting mining deposits, cultivating the land, and raising cattle. It is no coincidence that Claudio Gay, who was trained in the scientific paradigm of the Enlightenment and was one of the counsellors for the National Agricultural Society, wrote in 1862:

"Agriculture is without question the main source of public wealth... it provides us with all those raw materials that industry modifies, combines and transforms for our uses."¹⁶

With respect to the need to legislate in the mid-19th century rural world, the future President of the Republic, Ramón Barros

cerveza y hielo de Joaquín Plageman (1849), la Compañía de Consumidores de Gas de Santiago de José Tomás Urmeneta (1857), los establecimientos Lever Murphy y Cía., dedicados a la construcción de maquinaria pesada (1860), y la fábrica de paños de Tomé de Guillermo Délano (1865), por mencionar sólo algunas. El registro de patentes tampoco estuvo ajeno a esta dinámica económica y fabril; prueba de ello fue la aparición de una nueva norma de protección industrial en el Código Civil, promulgada el 14 de diciembre de 1855, que en su artículo 584 estableció que "las producciones del talento o del ingenio son una propiedad de sus autores", agregando además que "esta especie de propiedad se registrará por leyes especiales".¹⁵

Esta nueva lógica mercantilista impulsó la apertura hacia otros mercados, situación que demandó avances en materia de navegación, infraestructura y tecnologías más avanzadas para la explotación de yacimientos mineros, cultivo de tierras y cría de ganado. No en vano, Claudio Gay, formado en el paradigma científico de la Ilustración, y uno de los consejeros de la Sociedad Nacional de Agricultura, señalaba en 1862:

"La agricultura es sin contradicción la fuente principal de la riqueza pública... nos procura

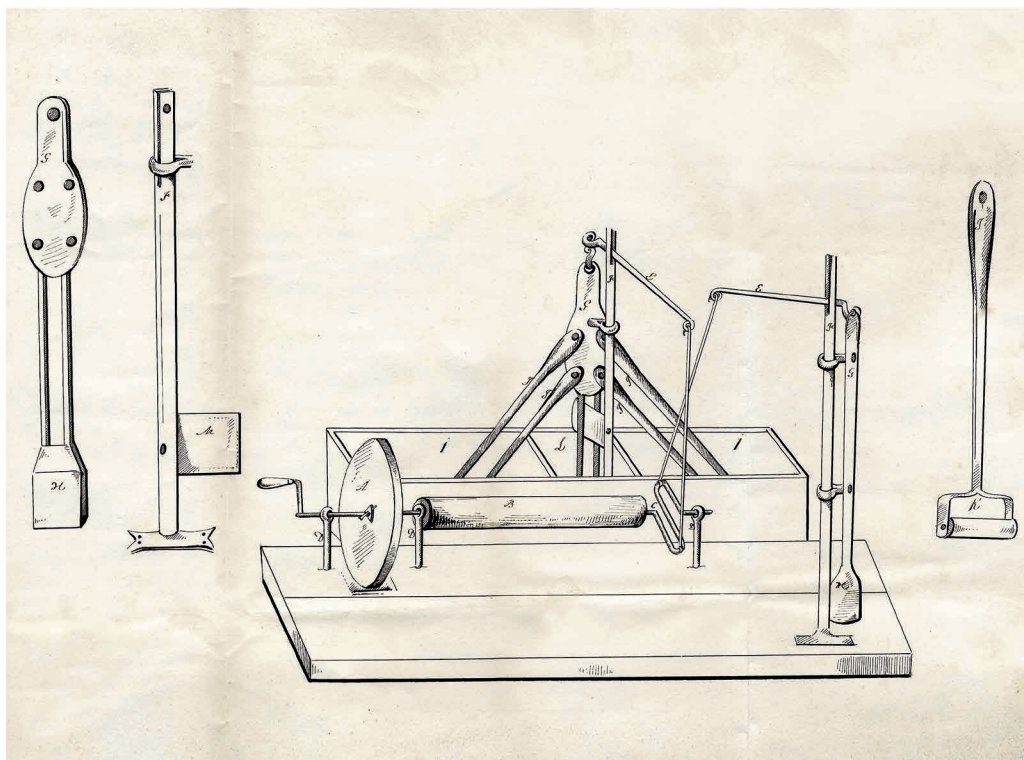


ABOVE: Besa y Compañía, registered trademark of a wine company, Santiago, 1887.

ARRIBA: Besa y Compañía, marca registrada de empresa vitivinícola Santiago, 1887.

LEFT: blueprint of a waterwheel patented by Matías Cousiño and Rafael Torreblanca, 1844.

IZQUIERDA: planimetría de rueda hidráulica patentada por Matías Cousiño y Rafael Torreblanca, 1844.



15. Guzmán Brito, Alejandro; "Codificación, descodificación y recodificación del derecho civil chileno". In: *Revista de Derecho y Jurisprudencia y Gaceta de los Tribunales*, N° 2, tomo 90, Santiago, Editorial Legal de Chile, mayo-agosto 1993, pgs. 39-62.

Guzmán Brito, Alejandro; "Codificación, descodificación y recodificación del derecho civil chileno". En: *Revista de Derecho y Jurisprudencia y Gaceta de los Tribunales*, N° 2, tomo 90, Santiago, Editorial Jurídica de Chile, mayo-agosto 1993, pp. 39-62.

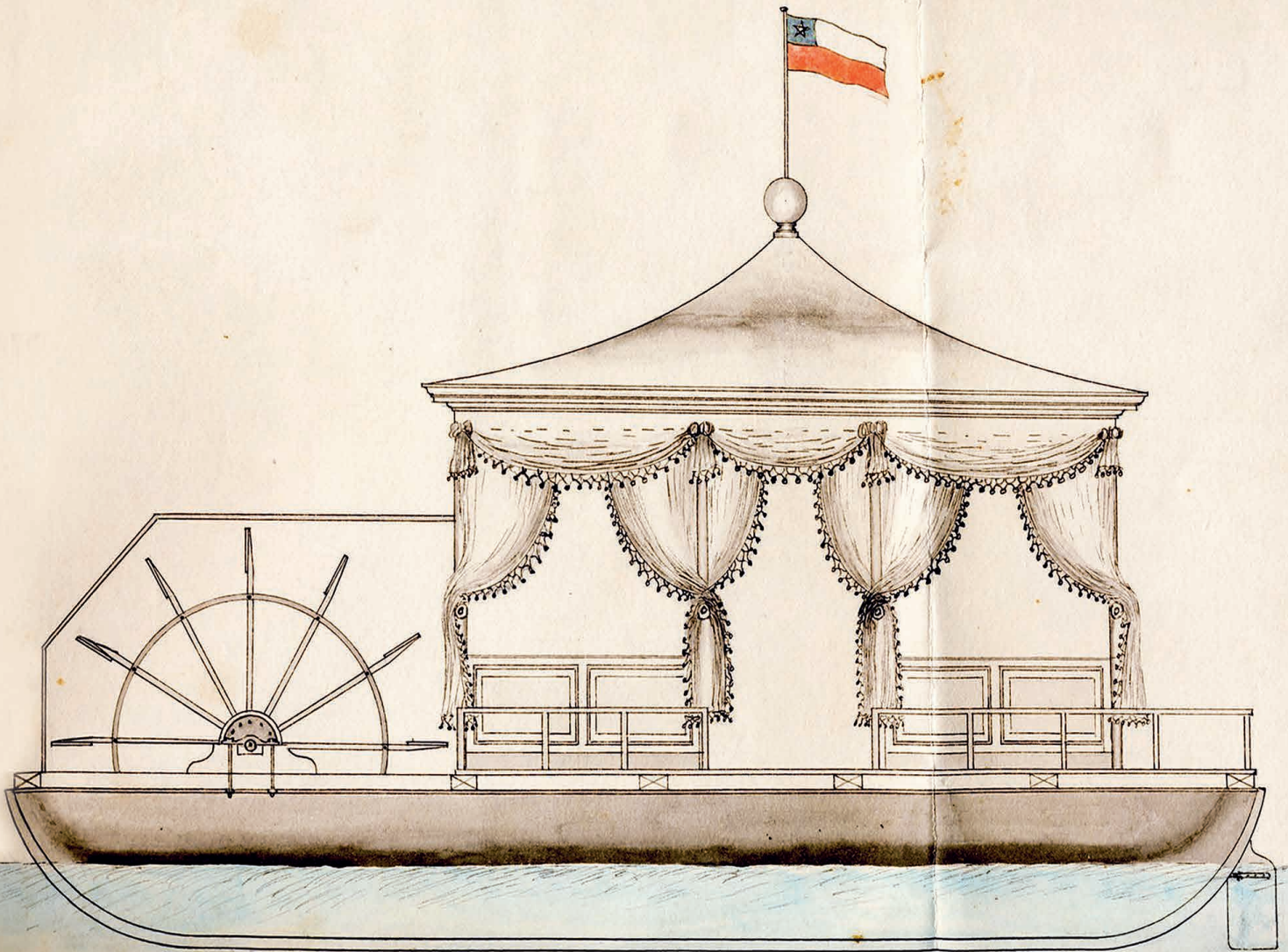
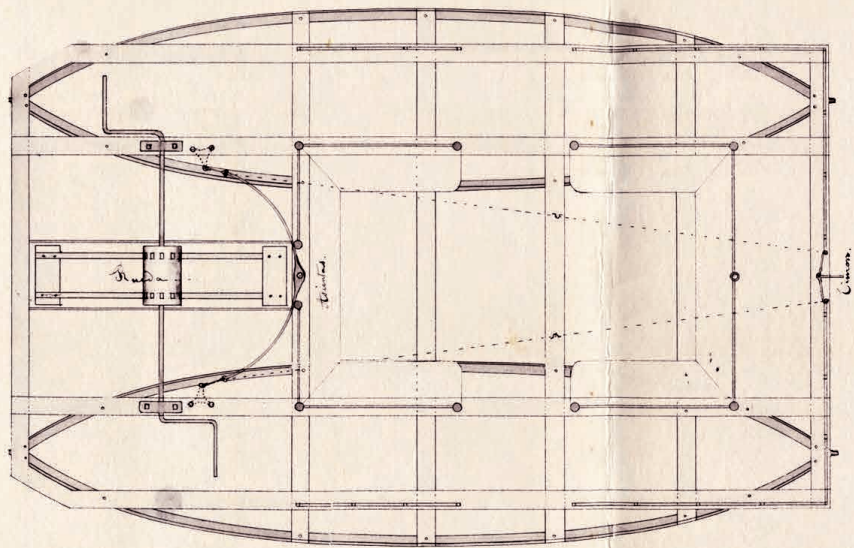
16. Gay, Claudio; *Historia física y política de Chile (Sección Agricultura)*, Tomo 1. París, Imprenta E. Thunot y Cía., 1862, p. 1.

ON THIS PAGE: blueprint of patent registration for a machine to be used in gold washeries, Santiago, 1847.

EN ESTA PÁGINA: plano de registro de patente de una máquina para ser usada en los lavaderos de oro, Santiago, 1847.

RIGHT PAGE: description of an automation machine for train signals, 1897.

PÁGINA DERECHA: pliego explicativo de máquina para automatización de señales de trenes, 1897.



Se compondria el mejor vocabulario de terminos. La cosa es facil.

De este modo el jefe puede desde la puerta de su oficina ordenar en toda la Estacion. esto participa de las cualidades delCodigo de senales en la Marina, i delCodigo de toques de Cometa en el Ejercito.

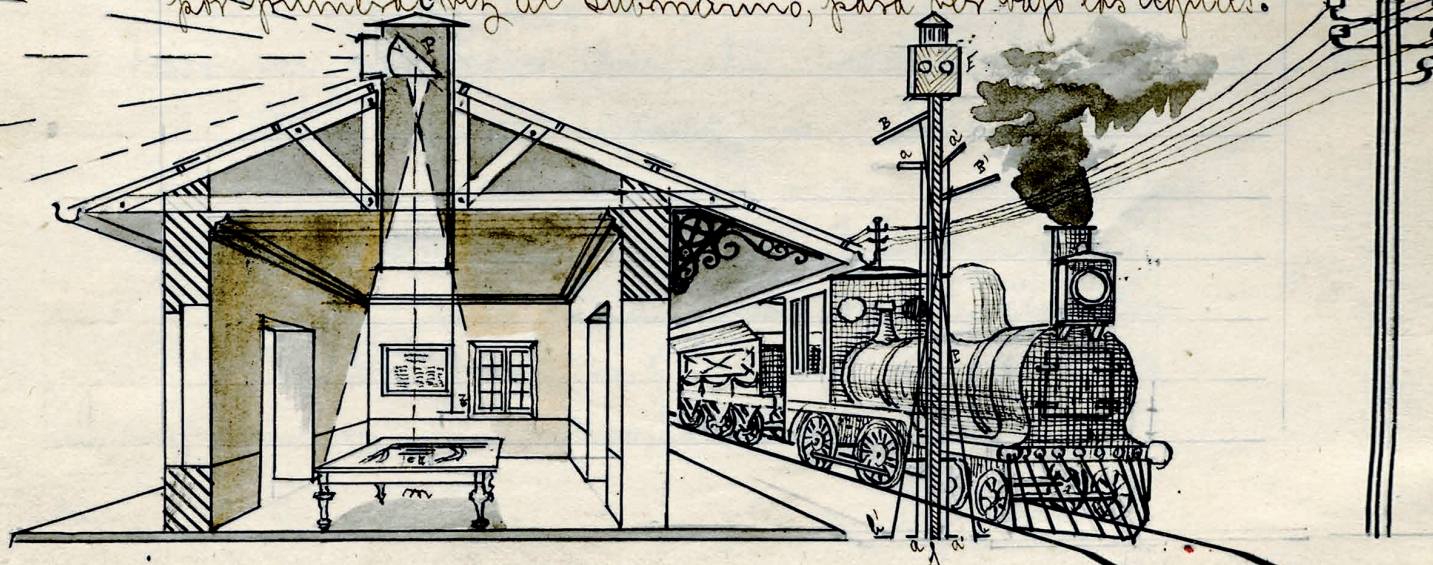
Es cierto que por las noches seria dificil hacerse entender; pero los cuatros vidrios de color de los faros de las semaforas pueden proporcionar algunas combinaciones.

Como en la noche los trabajos de una estacion crecientemente se necesitan muchas senales. Facil es traducir en luces de color las palabras principales i necesarias del vocabulario diurno.

Con esto finalizaremos lo concerniente a senales desde el jefe de Estacion.

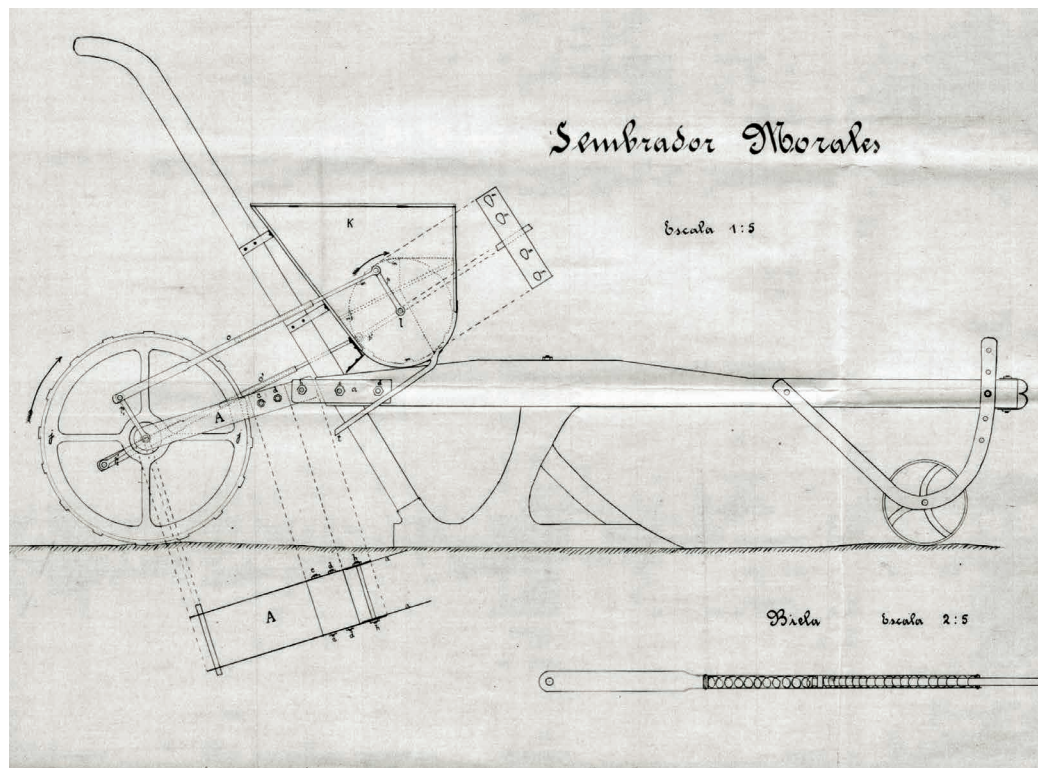
Hay en fisica un aparato optico, que permite ver lo que pasa al exterior sin salir del gabinete.

Es la camara de dibujo, que Montucriol aplico por primera vez al submarino, para ver bajo las aguas.



RIGHT: Sembrador Morales, patented in 1909 by Bernardino Morales. Invention patents linked to products and machinery for the agricultural sector were quite frequent, both in the 19th and 20th centuries. Devices such as harvesters, reapers, threshing machines, tillage machines, tools for plows, or mechanisms for optimizing the wine harvest were relatively common among the applications submitted to the Ministry of Industry and Public Works.

DERECHA: Sembrador Morales, patentado en 1909 por Bernardino Morales. Las patentes de invención vinculadas a productos y maquinaria para el sector agrícola fueron bastante frecuentes, tanto en el siglo XIX como en el XX. Aparatos como cosechadoras, segadoras, trilladoras, máquinas de labranza, herramientas para el arado o dispositivos para la optimización del proceso de la vendimia eran relativamente comunes entre las solicitudes presentadas al Ministerio de Industria y Obras Públicas.



Luco, commented on the problems that had arisen during that time, both in the Chilean and Argentine cattle sector:

“...it has been proposed to establish in the Departmental governments a brand registry, as was done in Buenos Aires. But apparently this system has been abandoned for the same reasons it was abolished in that country. The number of brands registered was so large that it became impossible to coordinate the matrix with the copies issued to the interested parties. Meanwhile, the brand marked in animals and deeds to prove ownership were not always identical: this difference is due to the nature of the deed itself. According to the custom of our workers, an animal is marked when it is eight to ten months old; therefore, one or two years later, the brand has changed shape as the animal’s skin has expanded.”¹⁷

But the urgent need to introduce advances in the agricultural industry was not the only reason of concern for the liberal governments of this period. The need to promote the application of scientific knowledge in the industrial field was also beginning to emerge in the realm of education. For this reason and in reference to the manufacture of goods that the School of Arts and Trades had undertaken in the mid-19th century¹⁸, the Minister of

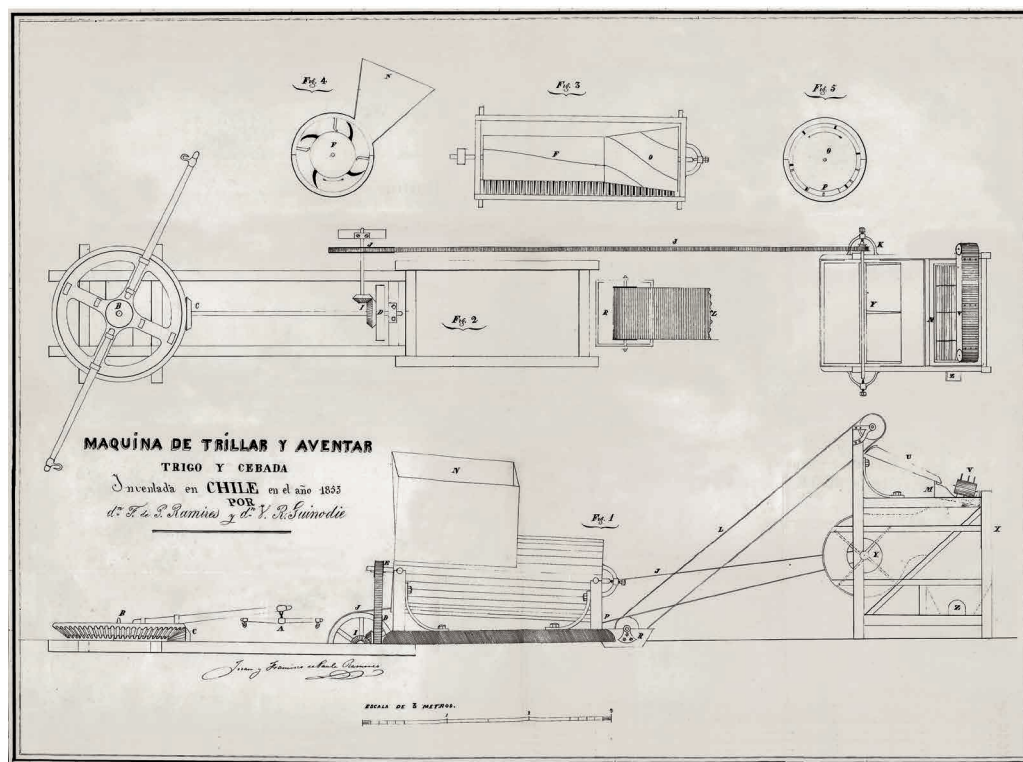
todas esas materias primeras que la industria modifica, combina y transforma para nuestros usos”¹⁶

En relación a la necesidad de legislar en el mundo rural a mediados del siglo XIX, el futuro Presidente de la República, Ramón Barros Luco, abordaba los problemas que por entonces se habían dado tanto en Chile como en Argentina en el ámbito ganadero:

“...se ha pensado establecer en las cabeceras de Departamento un registro de marcas, como se hizo en Buenos Aires. Pero parece haberse abandonado este sistema por las mismas razones que obraron en aquel Estado para abolirlo. Fue tan numerosa la cantidad de marcas que se registraron, que llegó a ser imposible coordinar la matriz con las copias que se dieron a los interesados. Por otra parte, no había siempre identidad entre la señal que lleva el animal marcado y el título que se ha exhibido para probar el dominio: esta diferencia proviene de la naturaleza misma del título. Según la costumbre de nuestros labradores, un animal se marca de ocho o diez meses de edad; de lo que resulta que en uno o dos años después, la señal ha cambiado de figura con la mayor extensión que ha tomado la piel del animal”¹⁷

Pero no sólo la urgencia de introducir progresos en la industria agrícola era motivo de

17. Barros Luco, Ramón; “Codificación rural. Importancia de un código sobre esta materia”. Thesis exam to obtain the degree of Bachelor of Law, read on November 5, 1858. In: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, pg. 192.
Barros Luco, Ramón; “Codificación rural. Importancia de un código sobre esta materia”. Memoria de prueba para optar al grado de Licenciado en Leyes, leída el 5 de noviembre de 1858. En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, p. 192.



LEFT: blueprint of a granted patent for a threshing and winnowing wheat and barley machine invented by Francisco de Paula Ramírez and Víctor Guinodí in 1853.

IZQUIERDA: plano de registro de patente de máquina de trillar y aventar trigo y cebada inventada por Francisco de Paula Ramírez y Víctor Guinodí en 1853.

Public Culture and Instruction, Rafael Sotomayor, pointed out:

“The Government proposes that in this establishment, work be performed preferably with agricultural tools and machines, if possible those that can be sold at prices that facilitate the implementation of better methods for cultivating this important branch of industry,”¹⁹ and at the same time, he praised the production being generated within the aforementioned School: “Among the items manufactured there are some with great merit and which bring honor to the establishment, such as: a milling machine, a fire pump, a brick-cutting machine, and some others in this category.”²⁰

In this way and considering the modernizing efforts that moved individuals and institutions responsible for promoting national manufacturing and industrial property registries, patents were granted to protect foundry ovens, steam machinery for loading and unloading ships, devices designed for the calcination of metals, mechanisms for improved processing of saltpeter, agricultural machinery, plow utensils, horticulture tools and, generally, mechanisms to transform raw materials of agricultural and forestry origin into manufactured or semi-manufactured goods.

preocupación por parte de los gobiernos liberales del período. La necesidad de fomentar la aplicación de conocimientos científicos en el ámbito industrial empezaba a forjarse también desde el ámbito de la educación. Por ello, y haciendo referencia a la elaboración de productos que a mediados del siglo XIX había emprendido la Escuela de Artes y Oficios,¹⁸ el Ministro de Culto e Instrucción Pública Rafael Sotomayor señalaba:

“El Gobierno se propone que en el establecimiento se trabajen con preferencia herramientas y máquinas de Agricultura, si es posible que puedan venderse a precios que faciliten la introducción de mejores métodos para el cultivo de ese importante ramo de la industria”¹⁹, y al mismo tiempo destacaba la producción surgida de la mencionada Escuela: “Entre los artefactos elaborados, hay algunos de mucho mérito y que honran el establecimiento: como una máquina de molino, una bomba de incendio, una máquina para cortar ladrillo, y algunos otras de este género”.²⁰

De esta forma, y en atención a los afanes modernizadores que movieron a las personas y a las instituciones encargadas de fomentar la manufactura nacional y los registros de propiedad industrial, se patentaron hornos para fundición, maquinaria de vapor para cargar y

18. Educational institution founded in 1849 for the training of working-class sectors and technical education oriented towards industry.

Institución educacional fundada en 1849 para la capacitación de los sectores populares y la educación técnica orientada a la industria.

19. “Informes/Instrucción superior”. In: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, p. 266.

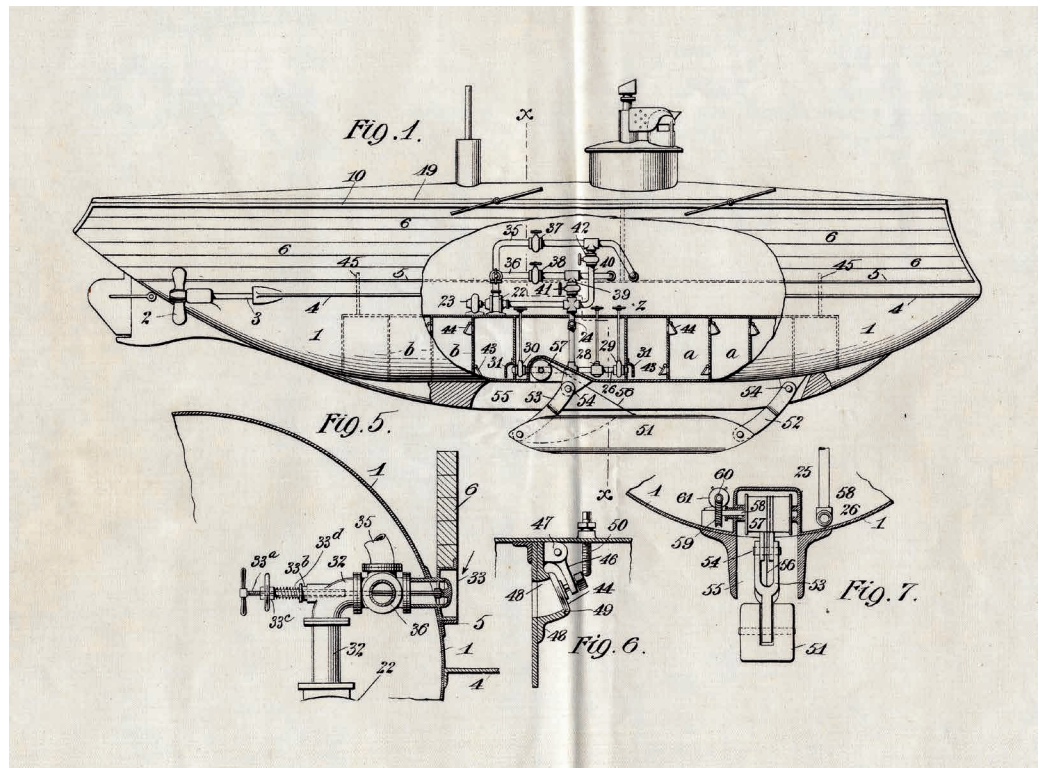
“Informes/Instrucción superior”. En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, p. 266.

20. *Ibid.*

RIGHT: patent requested in 1863 by engineer Simon Lake to introduce improvements to submarine ships.
 DERECHA: Patente solicitada en 1863 por el ingeniero Simon Lake para introducir mejoras en buques submarinos.

BELOW: La Vencedora, registered trademark for all imported goods, 1894.

ABAJO: La Vencedora, marca registrada para todas las mercaderías de importación, 1894.



Some specific contributions that clearly demonstrated the inventive capacity of some national peers are also of interest. Daniel Barros Grez, engineer and writer of fables and theatrical works, developed a mechanical device for distributing irrigation waters, and received an award at the International Exposition of Santiago, organized by Benjamín Vicuña Mackenna in 1875. The engineer and author of historical novels, Liborio Brieba, patented a system of “mechanical elevators” in 1882, and the following year he designed the Concepción funicular, Valparaíso’s first, in response to the growing urbanization of the port city.²¹ Brieba also invented a “bulletproof vest,” which he described as a “mechanical armor for making a soldier invulnerable against all types of weapons.”

Meanwhile, architect Fermín Vivaceta, after designing the San Francisco Church bell tower, devised a combination of binding and pressed materials in order to build the first benches for sitting down along La Alameda, while Chilean sculptor Ambrosio Santelices built two prototypes for a “machine to pick cotton.”

According to historian Francisco Antonio Encina –in reference to the Administration of José Joaquín Pérez– “since the war was declared, a swarm of inventors of torpedoes,

descargar buques, aparatos destinados a la calcinación de metales, dispositivos para el mejor procesamiento del salitre, maquinaria agrícola, utensilios para el arado, herramientas para la horticultura y en general, mecanismos para la transformación de materias primas de origen agrícola y forestal en bienes manufacturados o semimanufacturados.

De interés resultan también algunos aportes particulares que dejaron de manifiesto la capacidad inventiva de algunos congéneres nacionales. Daniel Barros Grez, ingeniero y escritor de fábulas y obras de teatro, desarrolló un dispositivo mecánico para distribuir aguas de regadío, siendo premiado en la Exposición Internacional de Santiago, organizada por Benjamín Vicuña Mackenna en 1875. El ingeniero y autor de novelas históricas, Liborio Brieba, patentó en 1882 un sistema de “ascensores mecánicos”, y al año siguiente diseñó el ascensor Concepción, el primero de Valparaíso, como consecuencia de la creciente urbanización de la ciudad porteña.²¹ También el mismo Brieba inventó un “chaleco antibalas”, que describió como “una coraza mecánica para hacer invulnerable al soldado contra toda clase de armas”.

Por su parte, el arquitecto Fermín Vivaceta, luego de diseñar el campanario de la Iglesia

21. This was a square car with four wheels that Brieba himself defined as “whimsical” in the patent registration.

Se trataba de un carro cuadrado con cuatro ruedas que el propio Brieba definió como “de forma caprichosa” en el registro de la patente.



LEFT: representation in watercolor technique of a submarine ship design patented in 1896 by Domingo Cruzat.

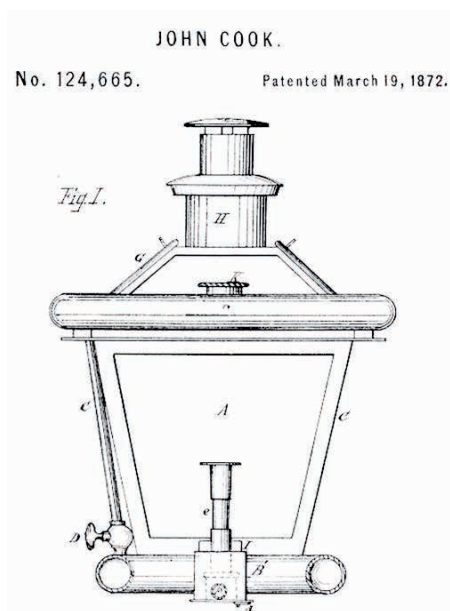
IZQUIERDA: representación en técnica de acuarela de diseño de buque submarino patentado por Domingo Cruzat en 1896.

BELOW: blueprint detail, introduction patent for a gas lamp, 1872.
ABAJO: detalle de planimetría de patente de introducción para una lámpara a gas, 1872.

fire ships, electrical mines, cigar ships (submarines), almost all half-insane, besieged the Chilean government at all hours, offering inventions that would unfailingly destroy the Spanish fleet.”²² But it was German engineer Karl Flach who authored one of the most curious inventions of the period: an iron submarine built in Limache, which sunk in the bay of Valparaíso on May 3, 1866 with an 11-member crew, including Flach himself.

de San Francisco, ideó una combinación de aglomerantes y aglomerados para construir los primeros bancos para sentarse en La Alameda, a la vez que el escultor chileno Ambrosio Santelices construyó dos prototipos de una “máquina para despigar algodón”.

Según el historiador Francisco Antonio Encina –refiriéndose al Gobierno de José Joaquín Pérez–, “desde que se desencadenó la guerra, un enjambre de inventores de torpedos, brulotes, minas eléctricas, buques cigarros (submarinos), casi en su totalidad semilocos, asediaban a toda hora al gobierno chileno, ofreciéndole sus inventos que destruirían infaliblemente a la escuadra española”.²² Sin embargo, fue el ingeniero alemán Karl Flach, el autor de uno de los inventos más curiosos del período: un submarino de fierro construido en Limache, que el 3 de mayo de 1866 se hundió en la bahía de Valparaíso con una tripulación de 11 personas, entre ellas el mismo Flach.



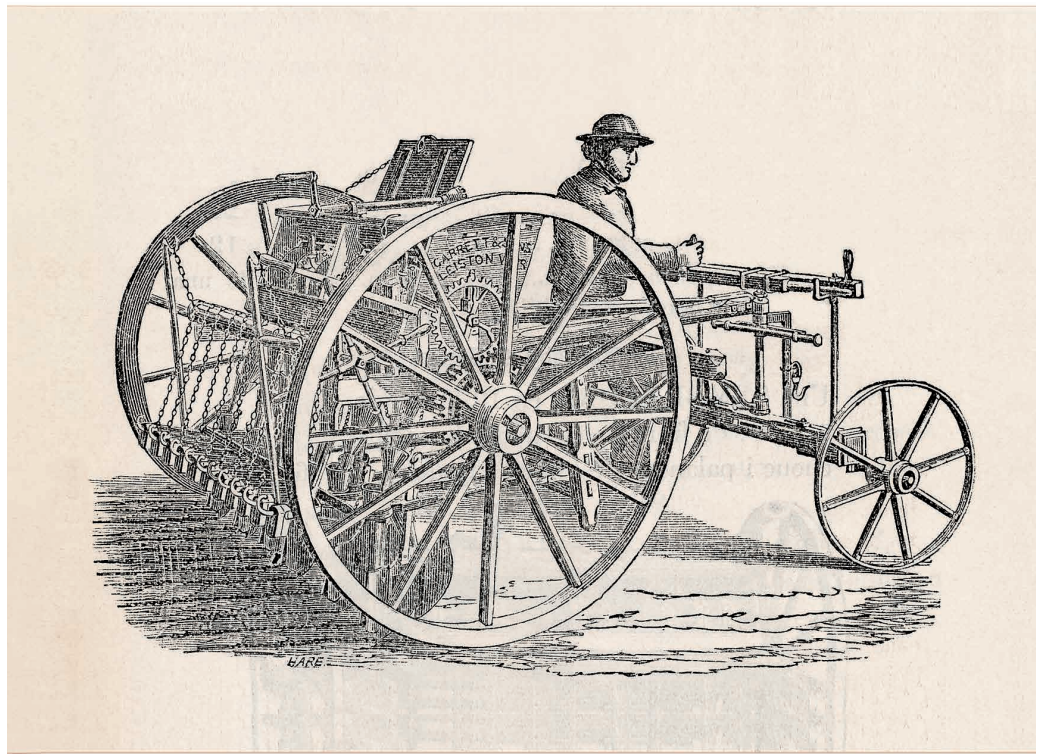
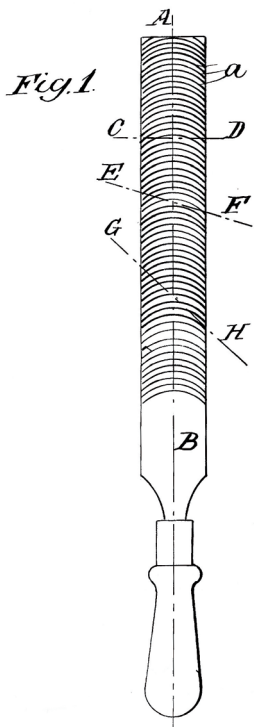
22. Encina, Francisco Antonio; *Historia de Chile. Desde la prehistoria hasta 1891*, tomo XIV. Santiago, Editorial Nascimento, 1970, pg. 405.

RIGHT: illustration of a seed drill that was manufactured and patented by Garret e hijos. It was published in the Official Catalogue of the National Agricultural Exhibition in 1869.

DERECHA: ilustración de sembradora fabricada y patentada por la empresa Garret e hijos. Fue publicada en el *Catálogo Oficial de la Exposición Nacional de Agricultura* en 1869.

BELOW: Technical drawing of a patent for an improved rasp, 1910.

ABAJO: dibujo técnico de patente de lima mejorada, 1910.



THE NATIONAL AGRICULTURAL SOCIETY

LA SOCIEDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

During the period between the War of the Pacific (1879-1884) and the 1929 crisis, commonly known as the “saltpeter era,” the agricultural sector experienced a certain technological underdevelopment, although it also was able to diversify its production. In reference to the underdevelopment that plagued Chilean agriculture in the mid-19th century, the Minister of Public Culture and Instruction, Rafael Sotomayor, stated before Parliament that “opening a scientific agriculture course has been demanded as a necessity for the progress of our agricultural industry, which is still governed by obsolete customs and unvirtuous practices that obstruct the full development of national production.”²³

In those times there were already more visibly progressive opinions advocating for agricultural modernization and the promotion of industry for the manufacture of all sorts of industrial products. With respect to the scarce industrial development the country had achieved after half a century of independent life, Dr. Pedro Eliodoro Fontecilla wrote: “Chile is nothing but a farming country, the professions or industries practiced among us are yet on a small scale...”²⁴

Durante el período que medió entre la Guerra del Pacífico (1879-1884) y la crisis de 1929, comúnmente denominado “era del salitre”, el sector agrícola experimentó un cierto retraso tecnológico, aunque por otro lado evidenció una diversificación de su producción. Refiriéndose al atraso en que se encontraba la agricultura chilena a mediados del siglo XIX, el Ministro de Culto e Instrucción Pública, Rafael Sotomayor, señaló ante el parlamento que la “apertura de un curso científico de Agricultura ha sido reclamada como una necesidad para el progreso de nuestra industria agrícola, que aun se rige por hábitos atrasados y prácticas viciosas, que embarazan el completo desarrollo de la producción nacional.”²³

En aquel entonces ya eran visibles las opiniones más progresistas que abogaban por la modernización del agro y el fomento de la industria para la elaboración de proyectos industriales de toda especie. Respecto al escaso desarrollo industrial que el país alcanzaba tras medio siglo de vida independiente, el doctor Pedro Eliodoro Fontecilla señalaba: “Chile no es sino un país agricultor, las profesiones o industrias que se practican entre nosotros, son aún en pequeña escala...”²⁴

23. “Informes/Instrucción superior”, op. cit., p. 262.

24. Fontecilla, Pedro Eliodoro; “Discurso de recepción del Licenciado don P. Eliodoro Fontecilla, miembro de la Facultad de Medicina de la Universidad, leído en la sesión del 26 de marzo de 1858”. In: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858, p. 42.



LEFT: first trademark for pisco registered in Chile. It was granted to the wine grower José María Goyenechea de Copiapó in 1882.

IZQUIERDA: primera marca de pisco registrada en Chile. Fue otorgada al vinicultor José María Goyenechea de Copiapó en 1882.

CENTRE: trademark registration for Guerin Frères y Cía., merchant, 1885, and distinctive seal used by the National Agricultural Society, 1869.

AL CENTRO: registro de marca de Guerin Frères y Cía., comerciante, 1885, y sello distintivo utilizado por la Sociedad Nacional de Agricultura, 1869.

BELOW: la Damajuana Tricolor, trademark registered by merchant Antonio Braga for his establishment, Santiago, 1889.

ABAJÓ: la Damajuana Tricolor, marca registrada por el comerciante Antonio Braga para su establecimiento, Santiago, 1889.

The debate on technological dependence and the state of agricultural development in Chile was determined by the limited supply of agricultural machinery and the supremacy of large companies that imported capital goods, which were obstacles to the mechanization of production. On this subject, and taking as a reference point the emblematic case of flour production, historian Arnold J. Bauer pointed out:

“The mills built in Chile during 1850-60, in response to the new markets of the Pacific, were technologically as good as those anywhere else in the world. The equipment was purchased in Europe or the United States. Foreign technicians were normally hired to install the new machinery, and many stayed to supervise the milling operations.”²⁵

Nevertheless, as the century drew to a close, Julio Menadier would use the bulletin of the National Agricultural Society to express his concern regarding the underdevelopment that affected this field, where he believed that “the numerous inventions of recent years have not often been applied to national industry.”²⁶

In 1838, in order to contribute to the progress of the country and the development of agricultural and livestock activities, the Chilean Society of Agriculture and Colonization was

El debate sobre la dependencia tecnológica y el estado de desarrollo de la agricultura en Chile estuvo supeditado a la restringida oferta de maquinaria agrícola y a la hegemonía de las grandes compañías importadoras de bienes de capital como obstáculo para la mecanización de la producción. Sobre este punto, y tomando como referencia el caso emblemático de la producción de harina, el historiador Arnold J. Bauer indica:

“Los molinos construidos en Chile en el decenio 1850-60, como respuesta a los nuevos mercados del Pacífico, eran tecnológicamente tan buenos como los de cualquiera otra parte del mundo. El equipo fue adquirido en Europa o Estados Unidos. Por lo general, se trajo técnicos extranjeros a instalar la nueva maquinaria y muchos se quedaron para supervisar las operaciones de molienda.”²⁵

Sin embargo, acercándose a fines de siglo, Julio Menadier expresaría su preocupación, desde el boletín de la Sociedad Nacional de Agricultura, por el atraso que afectaba al rubro, donde a su juicio “los numerosos inventos de años recientes, sólo pocas veces han sido aplicados a la industria nacional”.²⁶

En 1838, con el fin de hacer un aporte al progreso del país y al desarrollo de la actividad agropecuaria, se había creado la Sociedad



Bodega de la Damajuana Tricolor

25. Bauer, Arnold J.; *Expansión económica en una sociedad tradicional: Chile central en el siglo XIX*. Santiago, Ediciones Historia, Instituto de Historia PUC, 1970, p. 153.

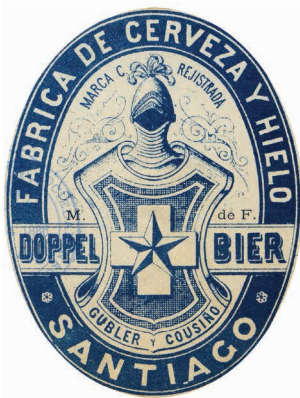
26. Menadier, Julio; “Aforismos sobre la molinería nacional”. In: *Boletín de la Sociedad Nacional de Agricultura*, vol. XVII, Santiago, 1885, p. 464.

RIGHT: lithographed label and trademark for matches registered in Concepción in the late nineteenth century.

DERECHA: etiqueta litografiada y marca de fósforos registrada en Concepción a fines del siglo XIX.

BELOW: trademark registrations for Doppel Bier, of Gubler and Cousiño Co. and for beer brewed in the National Brewery of San Francisco de Limache, 1892.

ABAJO: registros de marca de cerveza Doppel Bier de la empresa Gubler y Cousiño y producto elaborado en la Fábrica Nacional de Cerveza San Francisco de Limache, 1892.



created. After a period of instability, the entity was refounded in 1869, confirming its legal capacity and adopting its definitive name: the National Agricultural Society, whose mandate was to promote the development of agricultural mechanization during the decade of 1880. Meanwhile, this agency of agricultural landowners was strengthened because of its shared interests with the Federation of Chilean Industry (SOFOFA), extending its ties throughout the national territory, from Copiapó to Chiloé. Also in this context of expansion the Society began projecting itself abroad, maintaining relationships with foreign correspondents and with similar entities from France, Spain, the United States, Brazil and Central America, among others.

Within its main objectives, the National Agricultural Society sought to introduce new farming techniques, improve the current agricultural legislation and contribute to the import of agricultural machinery and instruments, as well as the fabrication of agricultural tools and instruments along the country itself, thanks to the foundation of the School of Arts and Trades.

Beginning in 1841 the entity was located in Quinta Normal, and in 1875 these facilities hosted the International Exposition of Santiago, in

Chilena de Agricultura y Colonización. Luego de un período de inestabilidad, la entidad se refundó en 1869 confirmando su personalidad jurídica y adoptando definitivamente el nombre de Sociedad Nacional de Agricultura, cuyo mandato fue impulsar el desarrollo de la mecanización agrícola en la década de 1880. A su vez, este organismo de propietarios agrícolas se potenció en razón de su convergencia de intereses con la Sociedad de Fomento Fabril, extendiendo sus vínculos a lo largo del territorio nacional, desde Copiapó a Chiloé. También, en este marco de expansión, la sociedad inició su proyección al exterior, manteniendo relaciones con algunos corresponsales extranjeros y con entidades análogas de Francia, España, Estados Unidos, Brasil y Centroamérica, entre otras.

Entre sus principales objetivos, la Sociedad Nacional de Agricultura buscó introducir nuevas técnicas de cultivo, mejorar la legislación agrícola vigente, y contribuir a la importación de diversas maquinarias e instrumentos agrícolas, como también a la confección de herramientas e instrumentos agrícolas en el propio país, gracias a la fundación de la Escuela de Artes y Oficios.

A partir de 1841 la entidad se instaló en la Quinta Normal, establecimiento que en 1875

which 28 countries and approximately 3,000 exhibitors participated. The showcase was set up and divided into four thematic areas configured in pavilions where each country could display its products and technologies: raw materials, machinery, industry and manufactured goods, and fine arts. The showcase also featured the publication *El Correo de la Exposición*, which was responsible for disseminating the details of the event organized by the National Agricultural Society, and whose pages already underscored the importance of industrial patents, judging by a text published that same year:

“The abolition of the tobacco monopoly, acknowledged by the entire country and by the State itself as an unfair and anti-economical tax which deprives agriculture of an abundant source of wealth, had to be treated as the subject of a prolonged discussion. Mr. Vicente Pérez Rosales presented a report on this matter, supported by statistical and commercial data, which gives abundant evidence that substituting the monopoly with a patent for crops, would generate for the State a much larger sum than that obtained under the current monopoly...”²⁷

SECOND LAW OF 1874

During the Administration of Federico Errázuriz Zañartu (1871-1876), a series of constitutional reforms and other provisions were carried out which affected the legal protection of commercial trademarks. Up to that point, the Chilean legislation on Industrial Property had only considered patents as protectable subject matter, ignoring protections for appellations of origin, indications of source, trade names and trademarks.

The issue of counterfeit trademarks and goods was already being debated in this early period of our national history. Some abuses committed by unscrupulous merchants –with serious harm to consumers of counterfeit articles and honest industrialists– motivated the National Agricultural Society to submit a bill on this matter. This entity filled an important void, since there was “no product whatsoever that through considerable precautions or disbursements, had been able to draw attention

albergó la Exposición Internacional de Santiago que contó con la participación de 28 países con aproximadamente 3 mil expositores. El montaje de la muestra se dividió en cuatro áreas temáticas dispuestas en pabellones donde cada país pudo exhibir sus productos y tecnologías: materias primas, maquinaria, industria y manufactura, y bellas artes. La muestra contó a su vez con la publicación *El Correo de la Exposición*, que se encargó de difundir los pormenores del evento organizado por la Sociedad Nacional de Agricultura, y en cuyas páginas ya se advierte la importancia de las patentes industriales, a juzgar por un texto publicado ese mismo año:

“La abolición del estanco de tabacos, reconocida por todo el país i por el Estado mismo como un gravámen injusto i anti-económico, que arrebata a la agricultura una abundante fuente de riquezas, no podía ménos que ser materia de una detenida discusión. Don Vicente Pérez Rosales presentó acerca de este asunto una memoria apoyada en datos estadísticos i comerciales que prueba hasta la evidencia que la sustitución del estanco por una patente sobre los cultivos, rendiría directamente al fisco una suma mucho mayor que la obtenida por el actual monopolio...”²⁷

SEGUNDA NORMATIVA DE 1874

Durante el Gobierno de Federico Errázuriz Zañartu (1871-1876) se llevaron a cabo una serie de reformas constitucionales y otras disposiciones que afectaron a la protección jurídica de las marcas comerciales. Hasta aquel entonces, la legislación chilena sobre Propiedad Industrial sólo había contemplado las patentes de invención, dejando de lado la protección de las denominaciones de origen, las indicaciones de procedencia, los nombres comerciales y las marcas.

La falsificación de marcas y de productos ya era un tema de debate en este temprano período de la historia nacional. Ello determinó en parte que los abusos cometidos por comerciantes inescrupulosos, con grave perjuicio para los consumidores de artículos falsificados y para los industriales honrados, motivara a la Sociedad Nacional de Agricultura a presentar un Proyecto de Ley sobre la materia. Esta entidad vino a llenar un importante vacío ya

BELOW: Café de Higos, trademark registered by industrialist E. H. Siegel in the capital city in 1889.
ABAJO: Café de Higos, marca registrada por el industrial E. H. Siegel en la capital en 1889.

BOTTOM: trademark of wheat role smoking, Valparaíso, 1890.
AL FINAL: marca de papel de trigo para fumar, Valparaíso, 1890.



27. González Ugalde, Carlos; “El Congreso Agrícola de 1875”. In: *El Correo de la Exposición*, N° 9, Santiago, 28 noviembre 1875, p. 130.

RIGHT: trademark registration for cigarettes granted to the Tabaco La Corona factory, Valparaíso, 1895.

DERECHA: registro de marca de cigarrillos concedido a la fábrica de Tabacos La Corona, Valparaíso, 1895.

BELOW: trademark registered in 1892 by Weir Scott and Cía., Valparaíso.

ABAJO: marca registrada en 1892 por Weir Scott y Cía, Valparaíso.



28. Muñoz Astaburuaga, Raquel; *Marcas comerciales*. Thesis exam to obtain the Law degree from the School of Legal and Social Sciences of the Universidad de Chile, Santiago, 1936, pg. 9. Muñoz Astaburuaga, Raquel; *Marcas comerciales*. Memoria de prueba para optar al grado de Licenciado en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Chile, Santiago, 1936, p. 9.



to itself due to its good quality and thus obtain a marked preference or higher price compared to similar products, for which the container in which it was normally sold and the trademark that distinguished it were not falsified.”²⁸ This new Factory Trademark Law provided legal protection to the distinctive signs of manufactured goods and services, through the use of rights granted exclusively to their holders.

The provision on the specific law of commercial or factory trademarks in Chile entered into effect on November 12, 1874, when the Ministry of Finance published the approval of a bill submitted by the National Congress in Santiago, in which the first three articles stipulated the following:

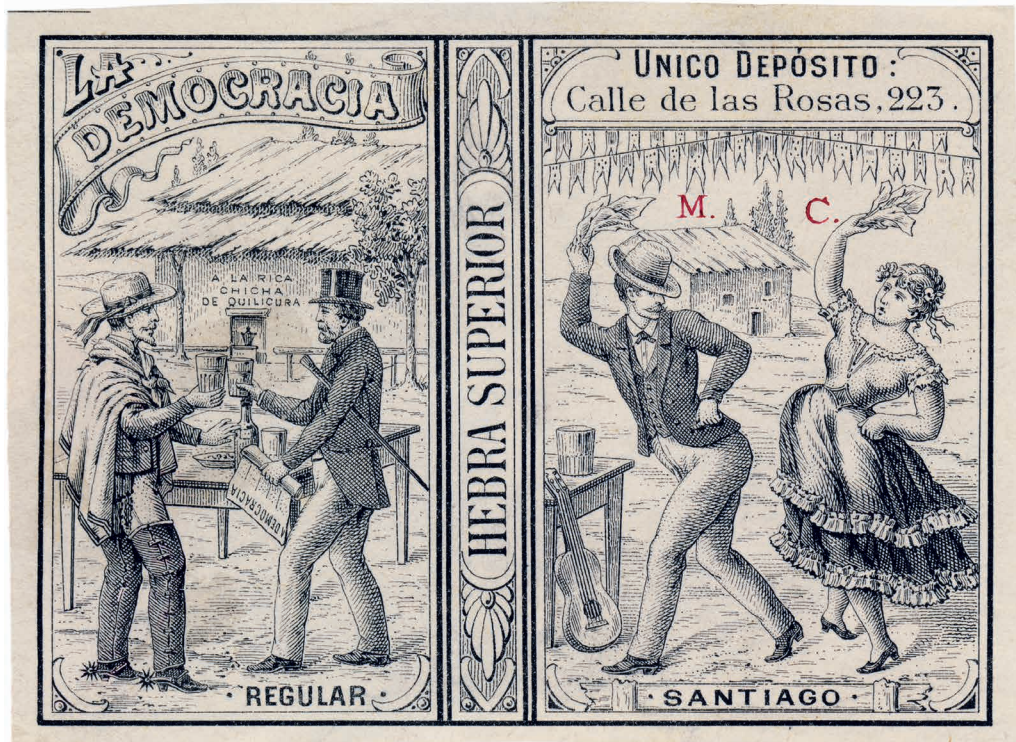
“Art. 1. A registry is hereby created for recording factory or commercial trademarks, national or foreign.

Art. 2. Factory names are those being used to designate products manufactured or produced in Chile or abroad by industrialists or agriculturalists, and trademarks are to be those adopted by traders to identify the goods he sells. Art. 3. Proper names, emblems and all other signs adopted by the manufacturer to distinguish the products he produces or sells shall be considered a factory or commercial trademarks or labels. Notwithstanding, for

que “no había producto alguno, que a fuerza de cuidados o desembolsos de consideración, hubiera conseguido llamar la atención por su buena calidad y obtener por esto mismo una marcada preferencia o aumento de valor sobre sus similares, que no fuera muy pronto falsificado el envase con que se acostumbraba a exponerlo y la marca con que se le distinguía”.²⁸ Esta nueva Ley de Marcas de Fábricas otorgó protección jurídica a los signos distintivos de manufacturas y servicios mediante el uso de derechos exclusivos a sus titulares.

La disposición de una ley específica de marcas comerciales o de fábrica en Chile se hizo efectiva el día 12 de noviembre de 1874, cuando el Ministerio de Hacienda publicó la aprobación de un Proyecto de Ley emanado desde el Congreso Nacional de Santiago, cuyos tres primeros artículos estipulaban lo siguiente:

“Art 1º. Se abre un registro para inscribir marcas de fábrica o de comercio, nacionales o extranjeras. Art 2º. Se designan bajo el nombre de marcas de fábrica aquellas que se coloquen sobre objetos elaborados o fabricados en Chile o en el extranjero por los industriales o agricultores, i bajo el nombre de marcas comerciales aquellas que el comerciante adopte para poner sobre los objetos que vende”. Art. 3º. Se consideran como marcas o rótulos de fábrica o de



LEFT: trademark registered for the manufacture of cigars by merchant Juan Echeverría, Santiago, 1893.
IZQUIERDA: marca registrada para la elaboración de cigarros por el comerciante Juan Echeverría, Santiago, 1893.

legal purposes factory labels must carry the inscription “Factory Trademark”, or simply the initials M. de F. and commercial trademarks or labels must carry the inscription Commercial Trademark, or the initials M.C.”²⁹

The thirteen remaining articles dealt with aspects such as the exclusive right of whoever registered a factory or commercial trademark, the obligation to renew registered trademarks every ten years, the prohibition of forging or adulterating them, and the obligation to publish an announcement through an advertisement if a trademark was transferred. That same day, bill No. 353 was approved, incorporating the “Registry of brands for bovine and equine animals.”³⁰ Due to gaps and deficiencies in its content, this law would remain valid until 1925. The Santa Rosa de los Andes trademark was registered in 1877, and is the oldest one kept nowadays. The trademarks registrations that came after it, between 1877 and 1879, corresponded to pharmaceutical products, pills, medicinal and food preparations, liquors, tablets and footwear.

The first products to use trademarks appeared at almost the same time as invention-based advertisements, because of a relatively recent innovation: factories. With respect to this unprecedented appearance of

comercio, los nombres propios, los emblemas i todo otro signo que adopte el fabricante para distinguir los objetos que fabrique o venda. Sin embargo, los rótulos de fábrica llevarán para los efectos legales la inscripción de Marca de Fábrica o simplemente las iniciales M. de F., i las marcas o rótulos de comercio la inscripción de Marca Comercial o bien las iniciales M.C.”²⁹

Los trece restantes artículos consideraban aspectos tales como el derecho exclusivo de quién inscribía una marca de fábrica o comercio sobre ella, la obligación de renovar las marcas inscritas cada diez años, la prohibición de falsificar o adulterar las mismas, y la obligación de publicar un anuncio al público por medio de avisos, en caso de transferencia de una marca. Ese mismo día, se dio el visto bueno al Proyecto de Ley n° 353, que incorporó el “Registro de marcas de animales vacunos i caballares”.³⁰ Debido a vacíos y deficiencias en su contenido, esta ley mantendrá su vigencia hasta 1925. En 1877 se registró la marca Santa Rosa de los Andes, la más antigua que se conserva hoy en día. Los registros de marcas que le sucedieron entre 1877 y 1879 correspondieron a productos farmacéuticos, píldoras, preparaciones medicinales y alimentarias, licores, pilules y calzado.

Los primeros productos que utilizaron marcas surgieron casi al mismo tiempo que los

29. *Boletín Sociedad Nacional de Agricultura*, Libro XLII, Santiago, 1874, pgs. 414-417.

Boletín Sociedad Nacional de Agricultura, Libro XLII, Santiago, 1874, pp. 414-417.

30. *Ibid.*, pg. 417.

RIGHT: Santa Rosa de los Andes, trademark granted on June 26, 1877 to Napoleón Meneses for the manufacture of wines and liquors in Los Andes. This is the oldest registered trademark still kept in the National Institute of Industrial Property.

DERECHA: Santa Rosa de los Andes, marca concedida el 26 de junio de 1877 a Napoleón Meneses para la fabricación de vinos y licores en Los Andes. Se trata del registro de marca más antiguo que se conserva en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial.

BELOW: trademark registered for the manufacture of tobacco and cigarettes produced by merchant Mariano Lagos Cortés in Valparaíso, 1881.

ABAJO: registro de marca para la elaboración de tabaco y cigarrillos realizada por el comerciante Mariano Lagos Cortés en Valparaíso, 1881.



goods of the same category that were differentiated by trademarks, Naomi Klein points out:

“What made early branding efforts different from more straightforward salesmanship was that the market was now being flooded with uniform mass-produced products that were virtually indistinguishable from one another. Competitive branding became a necessity of the machine age – within a context of manufactured sameness, image-based difference had to be manufactured along with the product... The first task of branding was to bestow proper names on generic goods such as sugar, flour, soap and cereal, which had previously been scooped out of barrels by local shopkeepers... logos were tailored to evoke familiarity and folksiness, in an effort to counteract the new and unsettling anonymity of packaged goods.”³¹

To the same extent that national industry produced goods and jobs, it also gave rise to an emerging consumer market. People used part of their income to the purchase of basic manufactured goods and this new mode of production led to the establishment of agricultural communities near factories, which offered more comforts and attractive materials than rural life.

Although brand-name articles were more expensive than traditional unpackaged ones,

anuncios basados en invenciones a causa de una innovación relativamente reciente: las fábricas. Respecto a esta inédita aparición de artículos de un mismo género diferenciados por marcas, Naomi Klein señala:

“Lo que diferenció los primeros intentos de imponer marcas de la comercialización corriente fue el hecho de que el mercado se vio inundado con productos fabricados en masa y casi idénticos entre sí. En la era de las máquinas, la competencia por medio de las marcas llegó a ser una necesidad: en un contexto de identidad de producción, era preciso fabricar tanto los productos como su diferencia según la marca... La primera tarea de la creación de marcas consistía en encontrar nombres adecuados para artículos genéricos como el azúcar, la harina, el jabón y los cereales, que antes los tenderos sacaban simplemente de sus barriles... los logos fueron creados para evocar las ideas de familiaridad y de popularidad, tratando de compensar así la novedad perturbadora de los artículos envasados...”³¹

En la misma medida en que la industria nacional produjo bienes y puestos de trabajo, también dio inicio a un embrionario mercado del consumo. La gente destinó una parte de sus ingresos a la compra de productos básicos manufacturados y este nuevo modo de producción determinó el establecimiento de

31. Klein, Naomi; *No Logo*. Buenos Aires, Paidós, 2000, pg. 35.

consumers gradually responded to the change, requesting the individually marked and packaged goods. For advertising historian Raúl Eguizábal, these products “were cleaner, better conserved and with a consistent, guaranteed quality... Besides, the product turnover cycle for retailers became faster so they also were benefitted...”³² Under this new selling scheme consumers could choose from a greater variety of trademarks at better prices, and had a stronger guarantee of product quality.

THE SALTPETER EXPORT BOOM: THE MOTOR OF CHILEAN INDUSTRY

Entering the decade of 1870, a period of global economic depression began that led to a generalized drop in prices, which directly affected the main Chilean export products and raw materials. The price of wheat in international markets declined significantly as a consequence of the emergence of new more competitive producers. A similar situation occurred with copper; the presence of copper mining companies with better technological infrastructure caused a drop in the price of this metal, generating a serious mining crisis in the North of the country.

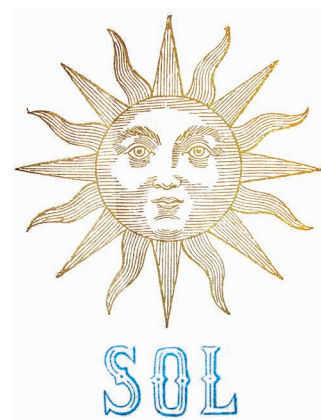
This unfavorable scenario for foreign trade, which started in 1873 with a decrease in the production and export of the main national products and manufactured goods, began to show signs of improvement as a consequence of the tremendous military effort during the War of the Pacific, which was fought between

comunidades agrícolas alrededor de las fábricas, que ofrecían más comodidades y atractivos materiales que la vida rural.

Aunque los artículos con marcas resultaban más caros que los tradicionales sin envasar, el consumidor respondió paulatinamente al cambio, solicitando las mercancías marcadas y empaquetadas de manera individual. Para el historiador de la publicidad Raúl Eguizábal, estos productos “eran más higiénicos, mejor conservados y con una calidad constante y garantizada... Además, se aceleraba el ciclo de renovación de las mercancías de los detallistas, con lo que éstos se veían también beneficiados...”³² Bajo esta nueva lógica de venta, los consumidores podían disponer de una mayor variedad de marcas a mejores precios y contar con una mayor seguridad en la garantía de calidad del producto.

EL AUGE EXPORTADOR DEL SALITRE: EL MOTOR DE LA INDUSTRIA CHILENA

Ya entrada la década de 1870, se inició un período de depresión económica mundial que se tradujo en una baja general de precios, lo que afectó en forma directa a los principales productos y materias primas de exportación chilena. El precio del trigo en los mercados internacionales declinó ostensiblemente como consecuencia del surgimiento de nuevos productores más competitivos. Una situación similar ocurrió con el cobre; la presencia de empresas cupríferas con mayor infraestructura tecnológica produjo una caída en los precios



ABOVE: "Sun" trademark, registered by Bennett and Co. for the manufacture of yarns, plain tocuyos and twills. Valparaíso, 1885.

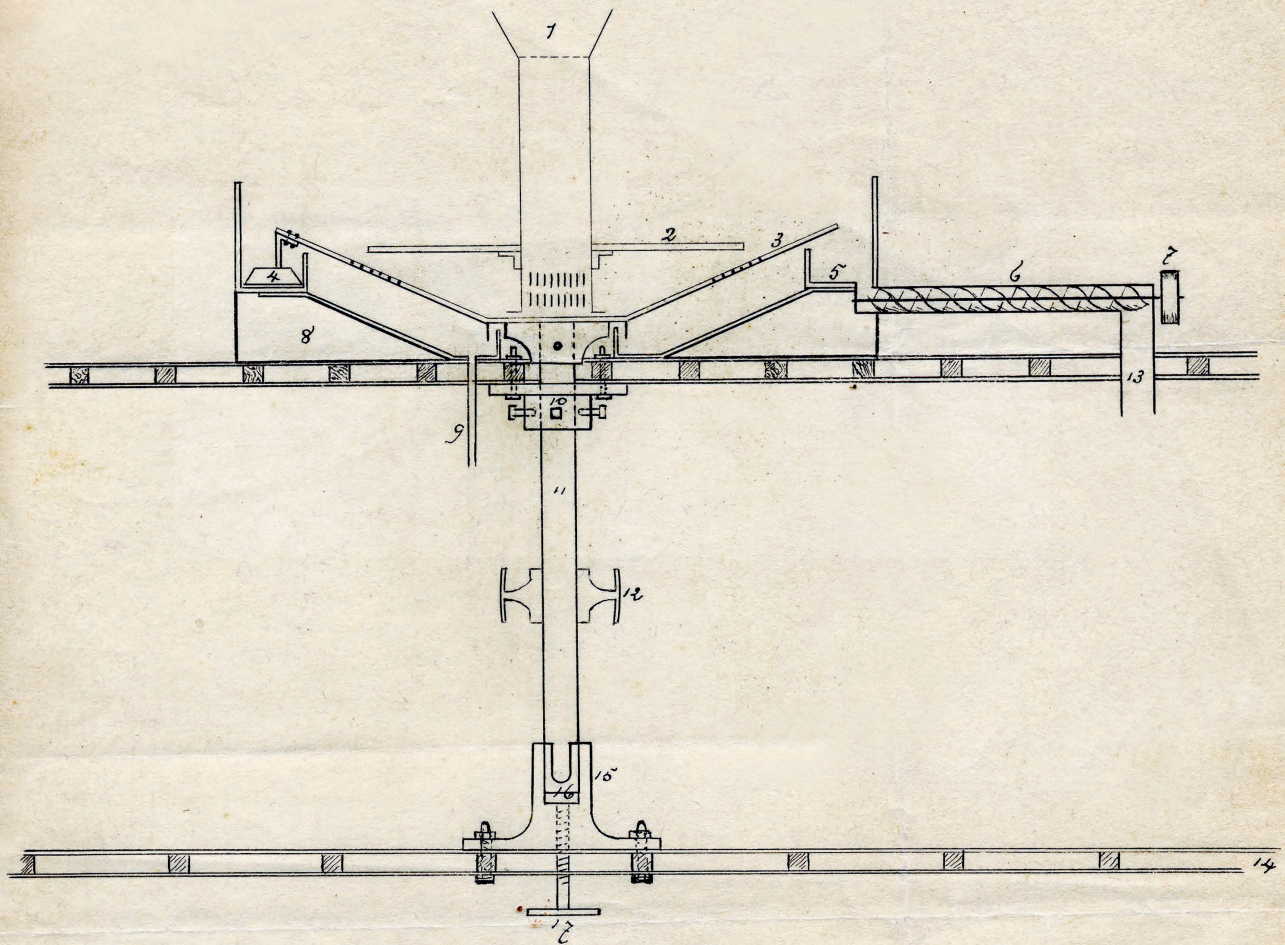
ARRIBA: marca "Sol", registrada por Bennet y Compañía para la fabricación de hilados, tocuyos lisos y asargados. Valparaíso, 1885.

BELOW: trademark registered in Chile by industrialists James & John G. Scott Limited of Glasgow, for the sale of paints and oils, 1889.

ABAJO: marca registrada en Chile por los industriales James & John G. Scott Limited de Glasgow, para la comercialización de pinturas y aceites, 1889.



32. Eguizábal Maza, Raúl; *Historia de la publicidad*. Madrid, Editorial Eresma & Celeste Ediciones, 1998, pgs. 168-172.



CRISTALIZADORA para SALITRE

- DETALLES -

- | | | | |
|----|--|---------|------------------------------|
| 1 | Tubo de entrada del caldo | 12 | Polea |
| 2 | Diafragma | 13 | Escape de salitre elaborado |
| 3 | Centrífuga con coladores | 14 - 14 | Entablados |
| 4 | Paleta arrastradora de cristales | 15 | Soporte del descanso extremo |
| 5 | Canal colector del salitre y escape | 16 | Tornillo de mano graduador |
| 6 | Tornillo conductor de salitre | 17 | Rueda de mano para id. |
| 7 | Polea que lo mueve | | |
| 8 | Estanque con salmuera helada a 10 G. C. | | |
| 9 | Escape de aguas madres | | |
| 10 | Descanso brújula para el eje de trasmision | | |
| 11 | Eje | | |

Santiago 4 de Febrero de 1907

J. Y. R. Constantino

Santiago, abril 23 de 1907

Beltrán Daza

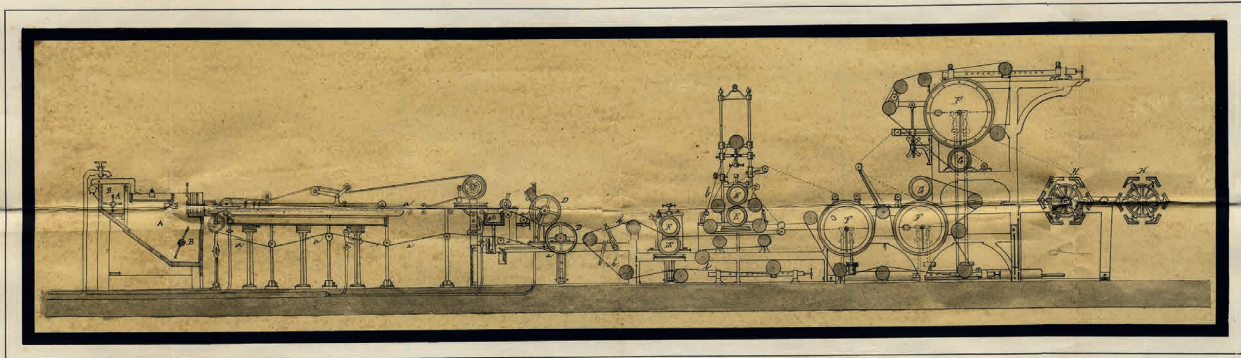
Eng. Químico

Plano.

Presentado por

Recaredo S. Tornero,

de una máquina para la fabricación de papel.



Explicaciones.

- | | |
|--|--|
| <p>a.A. Depósitos del trapajo para alimentar la máquina.</p> <p>b.B. Ayudadores para mantener la homogeneidad de la pasta.</p> <p>a.a.a. Tela metálica sin fin, que conducen la pasta.</p> <p>c. Bomba de aspiración continua.</p> <p>d.D. Cilindros para solidificar la pasta.</p> <p>eee E. Cilindros para abronar la pasta.</p> | <p>bb Tela sin fin para conducir la pasta.</p> <p>fff Cilindros con vapor para secar la pasta.</p> <p>g.G. Cilindros pulidores.</p> <p>h.H. Ruedas para enrollar el papel.</p> |
|--|--|

Certificamos que el presente pliego sellado contiene el pliego de explicaciones que nos ha sido presentado por Don Julio M. Foster como apoderado del Sr Don Benjamin Franklin Dewey para obtener privilegio esclusivo para beneficiar metales platinos y auriferos por un procedimiento de su invencion -
Santiago Agosto 24 de 1871.

Julio M. Foster Juan Smith Belisario Dazossa

Perito Perito

ABOVE: blueprint presented by Recaredo Santos Tornero "for a machine for producing paper," 1869. ARRIBA: plano presentado por Recaredo Santos Tornero "para una máquina para la fabricación de papel", 1869.

LEFT: patent application of Benjamin Franklin Dewey for metal benefit, 1871.

IZQUIERDA: registro de patente de Benjamin Franklin Dewey para el beneficio de metales, 1871.

LEFT PAGE: patent granted to chemical engineer Belisario Dazossa for a "machine for crystallizing saltpeter," Santiago, 1907.

PÁGINA IZQUIERDA: patente concedida al ingeniero químico Belisario Dazossa para una "máquina cristalizadora para salitre", Santiago, 1907.

RIGHT: photographic recording of the process and method for improving copper extraction, 1904.

DERECHA: registro fotográfico de proceso y método para mejoras en la extracción de cobre, 1904.

BELOW: official Seal of the General Directorate of Public Works of Chile, in charge of patent registration, 1895.

ABAJO: sello oficial de la Dirección General de Obras Públicas de Chile, a cargo del registro de patentes, 1895.

BOTTOM: trademark for prepared liquid paints registered by merchant Juan A. del Sol y Cía. in Santiago, 1883.

AL FINAL: marca de pinturas líquidas preparadas inscrita por el comerciante Juan A. del Sol y Cía. en Santiago, 1883.



1879 and 1883. On the one hand, the armed conflict stimulated a reactivation of the internal market, and on the other, it inaugurated a new cycle of economic expansion, as saltpeter became the main export product and essential pillar of the Chilean economy.

During the 1880s the country's commercial and territorial expansion, with the annexation of the Norte Grande and the Pacification of La Araucanía, promoted the foundation of the Federation of Chilean Industry in 1883 and the creation of a new Ministry of Industries and Public Works in 1887. Although the country was in a process of growth and modernization, the trend towards a traditional mono-export economy drew criticism from the weekly *La Industria Chilena*: "If a country only limits itself to being an exporter of raw materials, it clearly becomes a vassal to foreign markets, and its balance of trade will depend on the rise or fall of the exchange rate."³³

Even so, an emblematic case of the impact of Industrial Property on national life would be the confrontation between British and U.S. entrepreneurs over the exploitation of saltpeter; which occurred in two productive systems introduced at different moments, and which marked the initial English supremacy that lasted for almost half a century, only to

del metal, generando una grave crisis en la minería del norte.

Este desfavorable panorama para el comercio exterior, que se iniciara en 1873 con una baja en la producción y exportación de los principales productos y manufacturas nacionales, comenzó a evidenciar una mejoría como consecuencia del enorme esfuerzo bélico que significó la Guerra del Pacífico, que se desarrolló entre 1879 y 1883. El conflicto armado estimuló, por un lado, la reactivación del mercado interno, y por el otro, inició un nuevo ciclo de expansión económica, al constituirse el salitre en el principal producto de exportación y pilar fundamental de la economía chilena.

En el decenio de 1880, la expansión comercial y territorial del país, con la anexión del Norte Grande y la pacificación de La Araucanía, impulsó la fundación de la Sociedad de Fomento Fabril en 1883 y la creación de un nuevo Ministerio de Industrias y Obras Públicas en 1887. Si bien el país se encontraba en un proceso de crecimiento y modernización, la tendencia hacia una economía monoexportadora tradicional era objeto de crítica en el semanario *La Industria Chilena*:

"Si un país sólo se limita a ser exportador de algunas materia primas, es claro que se hace vasallo de los mercados extranjeros, y su

33. "El sentido común y la ordenanza de aduanas." In: *La Industria Chilena*, Santiago, N° 50 y 51, año II, 16 de octubre de 1876.

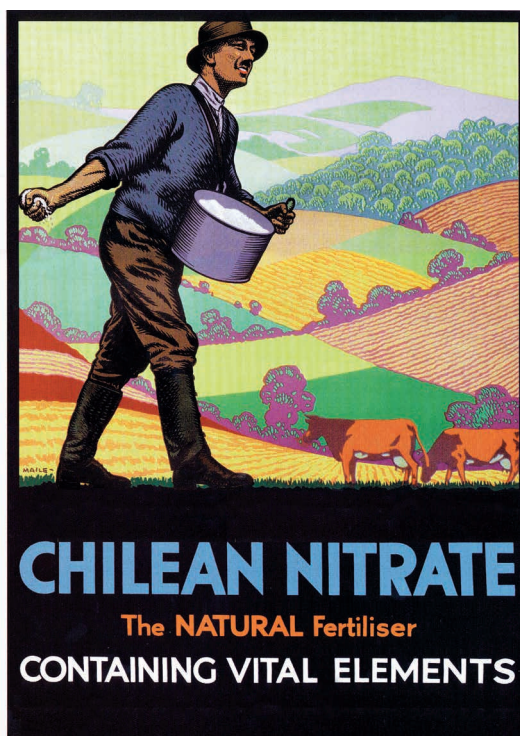


LEFT: Pisco Ytalia, trademark registered by Juan D. de Pérez de Arce for "all classes of spirit liquors" in Vicuña, 1883.

IZQUIERDA: Pisco Ytalia, registro de marca realizado por Juan D. de Pérez de Arce para "toda clase de licores espirituosos" en Vicuña, 1883.

NEXT PICTURE: poster promoting Chilean saltpeter, not dated. Sodium nitrate had become the main source of public resources, giving rise to a massive international campaign to promote the mineral through posters designed by the Saltpeter Propaganda Association, established in Iquique in 1894. National Archive.

SIGUIENTE IMAGEN: afiche para la promoción del salitre chileno, sin fecha. El nitrato de sodio se había constituido en la principal fuente de recursos del Estado, dando inicio a una masiva campaña internacional de promoción del mineral a través de afiches diseñados por la Asociación Salitrera de Propaganda, establecida en Iquique en 1894. Archivo Nacional.



decline around the third decade of the 20th century with the changes introduced by the northern country. In this sense, researcher Alejandro Soto points out: "The British laid the foundations of saltpeter industrialization when they introduced the Shanks system. This was introduced by James Humberstone and it owes its name to John Shanks, a British citizen who used it to refine sodium carbonate in Lancashire around 1870... The Shanks system remained the basic technology for refining saltpeter until around 1925. Its impact was such that it allowed Chile to satisfy the increasing demand for saltpeter around the world for almost fifty years..."³⁴

The delicate border situation of the country with respect to its neighboring nations, with the resulting centrality of saltpeter exploitation in the increase of the fiscal budget, generated a surprising surge of patent registrations related to saltpeter mining, explosive compounds, submarines, torpedoes and locomotives for transporting raw materials. In Iquique, Víctor Pretot-Freire and Carlos Wilson registered in 1880 a "New Device for manufacturing Sodium Nitrate," of "simple and inexpensive construction," and two years later, Luis Laive and Hugo Weissflog patented "a new method for the manufacture of Saltpeters" in

balanza comercial depende de la alza o la baja de los cambios".³³

Aún así, un caso emblemático de impacto de la Propiedad Industrial en la vida nacional será la confrontación entre los empresarios británicos y estadounidenses en la explotación del salitre, que se dio a través de dos sistemas productivos introducidos en momentos distintos, y que marcaron la inicial supremacía inglesa que se extendió por casi medio siglo, para declinar hacia la tercera década del siglo XX ante las modificaciones introducidas desde el país del norte. Al respecto, el investigador Alejandro Soto puntualiza: "Los británicos echaron las bases de la industrialización del salitre cuando introdujeron el sistema Shanks. Este fue introducido por James Humberstone y su nombre se debió a John Shanks, un británico que lo utilizó para la refinación de carbonato de soda en Lancashire alrededor de 1870... El sistema Shanks permaneció como la tecnología básica para la refinación del salitre hasta 1925 más o menos. Su impacto fue tal, que permitió a los chilenos satisfacer la demanda creciente de salitre del mundo entero por el espacio de casi cincuenta años..."³⁴

La delicada situación limítrofe por la que atravesaba el país respecto a las naciones vecinas, con la consiguiente centralidad que

34. Soto Cárdenas, Alejandro; *Influencia británica en el salitre. Origen, naturaleza y decadencia*. Santiago, Editorial Universidad de Santiago, 1998, pg. 72.



ABOVE: trademark registered by G. Goeckel y Cía., for the manufacture of soaps, Santiago, 1887.

ARRIBA: marca registrada por G. Goeckel y Cía., para la elaboración de jabones, Santiago, 1887.

BELOW: trademark registered in 1889 for the sale of corn flour in Chile. Colen Coven Manufacturing Co., industrialist, New York.

ABAJO: registro de marca realizado en 1889 para la comercialización de harina de maíz en Chile. Colen Coven Manufacturing Co., industrial, Nueva York.



35. Solicitud N° 510, del 15-10-1881.

the capital city, arguing in the registration statement for their invention as follows: “our system, Filter-Evaporation, has forcibly caused a revolution in the Saltpeter Industry, since no method can compete with our Filter-Evaporation.”³⁵

With respect to the industrial growth generated by the War of the Pacific, it is important to point out that, of the 1,270 industrial patents registered from 1840 to 1899, little more than 43% corresponded to registrations made between 1890 and 1899, which demonstrates a clear upward trend in patented inventions towards the turn of the century.

On the other hand, the economic boom following the war with the Republics of Peru and Bolivia also caused a growing proliferation of commercial trademarks that brought the more urban Chilean population closer to a new dimension of the consumer experience: the mercantile narrative. This was easily and rapidly adopted by both the elite and the poorer segments of society as a major incentive for sales, and extended to all products for mass consumption. In effect, since trademarks were representations of the product created so that these could be recognized at distribution locations, they permitted an unprecedented association with various brand names. This is why it is possible to find, in many trademarks registered during this period, a great diversity of representations that populated the imaginary of the times, despite their transitory and commercial nature: symbolism and heraldry from the medieval European tradition; epic quests, dignitaries, heroes and martyrs (Pedro de Valdivia, Caupolicán, Galvarino, Bernardo O’Higgins, Arturo Prat, José Manuel Balmaceda); the landscape and the expansion of industry (the Andes mountains, local flora and fauna, the railroad, the factories); popular traditions (tertulias, cueca dancing); archetypes (the Indian, the huaso, the miner, the street vendor, the oligarchical woman, the entrepreneur as the new “hero” of the nascent industrialization); European models and iconography (the Republic embodied in the “French Marianne,” the image of Queen Victoria); patriotic allegories (our omnipresent national flag and shield), and “Chileanisms” typical of our idiosyncrasy, among other arguments and reasons that fed the narrative of these first national brands.

adquirió la explotación del salitre en el incremento de las arcas fiscales, generó un inusitado despliegue de registros de patentes vinculadas a la minería del salitre, compuestos explosivos, barcos submarinos, torpedos y locomotoras para el transporte de materias primas. En Iquique, Víctor Pretot-Freire y Carlos Wilson inscribían en 1880 un “Nuevo Aparato para elaborar Nitrato de Soda”, de “construcción sencilla y barata”, y dos años después, Luis Laive y Hugo Weissflog patentaban en la capital “un nuevo método para la elaboración de Salitres”, argumentando en la declaración de registro del invento lo siguiente: “El sistema nuestro, la Filtro-Evaporación ha de causar forzosamente una revolución en la Industria Salitrera, porque ningún método puede concurrir con nuestra Filtro-Evaporación”.³⁵

Respecto a la aceleración industrial producida por la Guerra del Pacífico, valga destacar que de las mil 270 patentes industriales inscritas desde 1840 hasta 1899, poco más del 43% corresponden a registros efectuados entre 1890 y 1899, lo que evidencia una clara tendencia al aumento de concesiones patentes de invención hacia el cambio de siglo.

Por otro lado, la bonanza económica que trajo el cese de la guerra con las Repúblicas de Perú y Bolivia, acarreo consigo una creciente proliferación de marcas comerciales que acercaron a los sectores más urbanos de la población chilena a una nueva dimensión de la experiencia del consumo: el relato mercantil. La facilidad con que la imagen se alojó en la memoria tanto de la élite como de los segmentos más populares se estableció como un incentivo de venta prioritario, extendiéndose a todos los productos de consumo masivo. En efecto, la marca, al ser una representación del producto elaborado para su reconocimiento en el espacio de venta, permitió una inédita asociatividad con diferentes relatos marcarios. Es así como en muchas marcas registradas durante este período es posible encontrar una gran variedad de representaciones que poblaron el imaginario de la época a pesar de su carácter transitorio y comercial: simbologías y heráldicas provenientes de la tradición medieval europea; gestas épicas, próceres, héroes y mártires (Pedro de Valdivia, Caupolicán, Galvarino, Bernardo O’Higgins, Arturo Prat, José Manuel Balmaceda); el paisaje y despeque de



LEFT: lemonade label for Lalanne Bros. bearing a trademark counterfeiting warning. Concepción, 1891. IZQUIERDA: etiqueta de fábrica de limonada de Lalanne hermanos donde se advierte del peligro de las falsificaciones de la marca, Concepción, 1891.

NEXT PICTURE: trademark registered by Anwandter Hermanos, Valdivia, 1883.

SIGUIENTE IMAGEN: marca de cerveza registrada por Anwandter Hermanos de la ciudad de Valdivia, 1883.

BELOW: trademark registered by Weir Scott y Cía., merchants. Valparaíso, 1893.

ABAJO: marca inscrita por Weir Scott y Cía., comerciantes. Valparaíso, 1893.



THE EXPANSION OF TRADEMARKS AND PATENTS

During the last third of the 19th century, the Western economy entered into a new technological phase –or Second Industrial Revolution– caused by the acceleration of scientific research and inventions, inaugurating the era of oil and electricity, energy sources that transformed the habits of industrialized societies. For the first time devices such as the telephone, the electric light bulb, and the internal combustion motor appeared, among other inventions. The cost of transportation dropped while its speed increased, allowing for a better, more efficient integration of remote regions into the world economy.

In our country the arrival of these technical advances was soon to follow. On November 22, 1878, in Valparaíso, French engineer Paul Jablochhoff requested an “Exclusive Invention Privilege of fifteen years for new Electrical Lighting procedures.” Two years later, in representation of Thomas Alva Edison, a petition was filed for an electrical lighting system; in 1884, specifications for the registration of a new and improved system of magnetic telephone transmitters, receivers and callers was presented (including the inventions of Alexander Graham Bell, among others), and in 1892, from Paris,

la industria (la cordillera, flora y fauna local, el ferrocarril, las fábricas); tradiciones populares (tertulias, bailes de cueca); arquetipos (el indígena, el huaso, el minero, el vendedor popular, la mujer de la oligarquía, el empresario como nuevo “héroe” de la incipiente industrialización); modelos e iconografías europeas (la República encarnada en la “Marianne francesa”, la imagen de la Reina Victoria); alegorías patrióticas (nuestra bandera y escudo nacional omnipresentes), y chilanismos típicos de nuestra idiosincracia, entre otros argumentos y motivos que alimentaron la narrativa de estas primeras marcas nacionales.

LA EXPANSIÓN DE LAS MARCAS Y PATENTES

En el último tercio del siglo XIX la economía occidental ingresó en una nueva fase tecnológica –o Segunda Revolución Industrial– producto de un aceleramiento de la investigación científica y las invenciones, dando comienzo a la era del petróleo y la electricidad, fuentes de energía que transformaron los hábitos de las sociedades industrializadas. Aparecen por primera vez dispositivos como el teléfono, la bombilla eléctrica y el motor de combustión interna, entre otros inventos. Los costos de transporte

RIGHT: beverage trademark registered in Chile by the Irish company Cantrell and Cochrane's for its sale, 1888.

DERECHA: marca de bebida registrada en Chile por la empresa irlandesa Cantrell y Cochrane's para su comercialización, 1888.

BELOW: Eno's fruit salt, trademark registration belonging to James Crossley Eno (London), for the sale of fruit salt in our country, 1882.

ABAJO: Enos's fruit salt, registro de marca de James Crossley Eno (Londres), para comercialización de sal de fruta en nuestro país, 1882.



M. de F.

PREPARED FROM SOUND RIPE FRUIT.

PREPARED BY J. C. ENO'S PATENT

TRADE MARK

ENO'S FRUIT SALT

FRUIT SALINE, OR FRUIT POWDER.

HEALTH-GIVING, PLEASANT, COOLING, REFRESHING, & INVIGORATING.

HATCHAM AND FRUIT SALT WORKS LONDON

YOU CANNOT OVER-STATE ITS VALUE.

IT OUGHT TO BE KEPT IN EVERY BEDROOM IN READINESS FOR ANY EMERGENCY.

This preparation is the best and simplest for regulating the action of the liver that has yet been discovered. It prevents diarrhoea.—It removes effete gouty, rheumatic matter, or any form of poison from the blood. No one should go for a change of air without a supply of this invaluable preparation.

It is a valuable aid in all cases of biliousness, and of indigestion, and of all kinds of nervous debility. It is especially useful in cases of indigestion, and of all kinds of nervous debility. It is especially useful in cases of indigestion, and of all kinds of nervous debility.

It is very valuable after any excess in eating or drinking, and may be taken with the greatest advantage by any person from infancy to extreme old age.

Whoever has a sluggish liver should never be without it; it can be taken at any time either day or night.

When the bowels are freely opened, it should follow with a short interval, and may be repeated every few hours if necessary. One or two tea-spoonfuls of tincture of orange should be an excellent tonic, it is best to allow the overexcitement partially to subside before drinking off.

Unlike other salines, instead of lowering the system it invigorates it, and may be used in any condition as a refreshing and sparkling drink.

This preparation contains the valuable saline constituents of ripe fruit, and is absolutely essential to the healthy action of the animal economy. To travellers, emigrants, sailors, or residents in tropical climates it is invaluable. By its use the blood is kept pure, and fevers and epidemics prevented.

Cette préparation est la plus simple et la plus saine qui ait jamais été inventée, pour régulariser les fonctions du foie. Elle empêche la diarrhée et bilieuse la source dans les affections fébriles et rhumatismales, provenant de la goutte, ainsi que de toute autre sorte de poison. Tous ceux qui voudraient profiter d'un changement de lieu, devraient être munis de cette préparation inestimable.

Beaucoup plus simple que la poudre de Sédilitz, cette préparation, en lieu de produire comme le fait cette dernière, un sentiment d'abaissement, est, au contraire, suivie, cependant, on desire en tirer l'effet de la poudre de Sédilitz, on en prend, de grand matin, une ou deux cuillerées-à-café dans un verre d'eau tiède, en répétant cette dose plusieurs fois, s'il est nécessaire, à des intervalles d'une ou de deux heures; pendant ce temps on devra boire abondamment du thé chaud. Cette préparation est aussi fort utile pour combattre les effets de l'indigestion, et de toute autre sorte de débilité; elle est surtout précieuse dans les cas de débilité, et de toute autre sorte de débilité.

Elle est surtout précieuse dans les cas de débilité, et de toute autre sorte de débilité. Elle est surtout précieuse dans les cas de débilité, et de toute autre sorte de débilité.

Dans les cas où il se manifestent des symptômes de fièvre, il faut absolument prendre de ce Sel de Fruits dans de l'eau tiède, chaque heure ou toutes les deux heures, beaucoup de thé chaud, pour produire une transpiration abondante. S'observe aussi le fait de prendre un bain de vapeurs, en buvant toujours de ce sel.

Il est fort utile de prendre une dose de ce sel une heure ou bien une demi-heure avant le dîner, et l'on peut même la répéter à des intervalles de quelques heures en cas de nécessité. On en obtient un tonique excellent en y ajoutant une ou deux cuillerées d'infusion d'orange dans ce cas il vaut mieux, avant de boire, attendre que l'effet de la préparation soit passé.

Ce sel fait valoir son influence salutaire dans tous les cas d'affection morale, d'excitation momentanée, ou de surexcitation du système nerveux ainsi que dans tous les cas de débilité, de vertige et de maux de tête. Au lieu d'affaiblir le système comme le font les autres herbes salines, celui-ci le fortifie, et l'on peut par conséquent, s'en servir avec confiance.

Cette préparation se compose des précieux ingrédients salins de fruits mûrs, qui sont absolument indispensables à l'économie hygiénique de la constitution animale. Elle est simplement inestimable pour tout voyageur, émigrant et marin, ainsi que pour les habitants des climats tropicaux; elle maintient le sang dans un état de pureté continue et empêche les fièvres et les maladies épidémiques.

Cette préparation devrait se trouver dans toutes les chambres à coucher, prête à servir en cas de nécessité.

Primata

Je soussigné Jean Get, agissant au nom et pour compte de la raison sociale Get frères, Distillateurs chimistes à Revel (H^{te} Garonne) déclare déposer au nom qu'il agit, comme marque de fabrique et de commerce, dont il entend réserver la propriété exclusive à la dite raison sociale pour désigner un produit de sa fabrication les signes distinctifs suivants:

- 1° La dénomination arbitraire de «Pippermint» indépendamment de toute forme distinctive
 - 2° La raison sociale «Get frères» indépendamment de toute forme distinctive
 - 3° La signature «Get frères» avec paraphe caractéristique.
 - 4° La forme de fontaine de la bouteille A destinée à renfermer le produit.
 - 5° L'Étiquette B ci-contre destinée à être appliquée sur la partie supérieure de la bouteille.
 - 6° L'Étiquette C ci-contre destinée à être appliquée sur la partie inférieure de la bouteille.
 - 7° Les cachets D et E destinés à être apposés sur les bouchons des bouteilles suivant la couleur du contenu.
 - La bouteille A ci-contre et l'Étiquette C ci-contre sont des réductions des bouteilles et étiquettes réelles.
- Le présent dépôt est fait en renouvellement de celui effectué à Villefranche, le dix-huit juillet mil huit cent soixante huit.

Greffé du Tribunal de Commerce de Villefranche (H^{te} Garonne) N° 4 du Registre.
Dépôt du dix neuf juin 1883, à 3 heures du soir.

PROPRIÉTÉS du PIPPERMINT
(nec deest ructatrix) (Martia) (Galen)

éισοο αρρυσιαζζινάπει

Cette liqueur dont la Menthe poivrée est la base, contient par un procédé spécial de fabrication toute l'huile essentielle de cette plante. Elle renferme en outre des principes fortifiants qui rendent son action plus efficace.

Elle est tonique excitante carminative et éminemment digestive. Comme préservatif, on doit prendre un verre de cette Liqueur après le repas ou la boire en place de Thé.

Etendu d'eau le Pippermint est le meilleur des rafraichissants.

N.B. Toute Bouteille non revêtue de notre signature doit être réputée Contrefaçon.



PIPPEMINT GET FRÈRES
Distillateurs Chimistes inventeurs à REVEL (H^{te} Garonne)



Le Greffier du Tribunal de première instance sciant à Villefranche (H^{te} Garonne) soussigné, Certifie que le modèle ci-contre a été déposé sous le n° 4 au registre des dépôts tenu en ce Greffe conformément à la loi le dix-neuf juin 1883 à 3 heures du soir par le sieur Jean Get agissant pour et au nom de la raison sociale Get frères, Vég^{ts} Distillateurs chimistes domiciliés à Revel. Le présent dépôt est fait en renouvellement de celui effectué en ce Greffe le dix-huit juillet mil huit cent soixante huit.

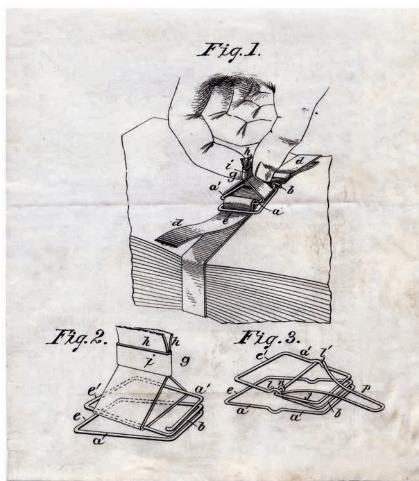
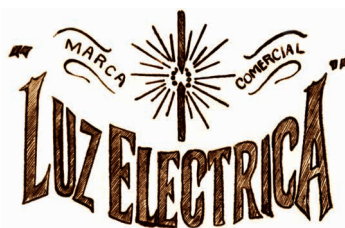
Villefranche le 19 juin 1883

Le Greffier, Le Déposant, signés:
signés: Get
B. Castel de la Maison Get frères



Villefranche, le dix-neuf juin 1883
Le Déposant, Le Greffier
signés: Get signés:
de la Maison Get frères. B. Castel.

ABOVE: trademark registered in Chile by the French company Get Frères for its sale, 1889.
ARRIBA: marca registrada en Chile por la empresa francesa Get Frères para su comercialización, 1889.



LEFT: Bitter de los Indios Araucanos, trademark registered by Carmela Rivera, Valparaíso, 1899.
IZQUIERDA: Bitter de los Indios Araucanos, marca registrada por Carmela Rivera, Valparaíso, 1899.

ABOVE, RIGHT: Luz Eléctrica, marca registrada por Grace y Cía. para parafina. Valparaíso, 1885.

ARRIBA, DERECHA: Luz Eléctrica, trademark registered by Grace y Cía. for paraffin. Valparaíso, 1885.

NEXT PICTURE: patent drawing for a brooch system, 1890.

SIGUIENTE IMAGEN: dibujo de patente de introducción para sistema de broches, 1890.

BELOW: trademark registered by Antonio F. Martínez, pisco producer in Province of Elqui.

ABAJO: marca registrada por Antonio F. Martínez, productor de pisco en la Provincia de Elqui.

granted for machines designed to manufacture cigarettes with a glued wrapping, or for packaging them in boxes, would become more and more common.

The emergence of 19th century Chilean capitalism –which privileged an export economy with an outward-oriented development– was accompanied by an expansion and organization of the State structure designed to create a social and material platform capable of sustaining it, in which economic liberalism ultimately tended to prevail. Regardless of the resistance and challenges to this modernizing trend, the concern to protect national manufacturing was manifested.³⁶

This emerging but still diffuse protectionist efforts can be clearly appreciated in a speech pronounced by José Manuel Balmaceda during the proclamation of his presidential candidacy in 1886, when he proposed the following:

“If following the example of Washington and the Great Republic of the North, we prefer to consume our national products though they may not be as perfect and well-finished as foreign ones... if we make the State concur with its capital and its economic laws, and we all concur, individually or collectively, to produce more and better and to consume what we produce, a deeper vitality will flow through the

Cousiño) se sumaban las primeras marcas de pisco (Copiapó, Cónдор, Superior, Ytalia), y una competencia cada vez más fuerte entre marcas de cerveza como Caracol, Anwandter, Grøepke e Hijos, Gubler y Cousiño, Plagemann, por mencionar algunas. A su vez, otros bienes de consumo rápido hacen su aparición en el mercado nacional: marcas de té, aceites, golosinas, licores, jarabes, medicamentos, pinturas líquidas, frutas en conserva, lácteos, pastas, ceras, cosméticos, limpiadores domésticos, jabones, velas y tabacos. Por ejemplo, cigarrillos con nombres tales como “Colón”, “Pedro de Valdivia”, “Almirante Latorre”, “La Democracia”, “La Esmeralda”, “Invencibles”, “Guardia Nacional”, “El Minero”, “El Futre” o “Marca Chanco”, van a dar la tónica de los registros de marcas nacionales de tabacos de fines de siglo, a la vez que las patentes concedidas para máquinas destinadas a fabricar cigarrillos con envoltura pegada, o para su empaquetamiento en cajetillas, serán cada vez más recurrentes.

El surgimiento del capitalismo chileno decimonónico –que privilegió una economía exportadora de desarrollo hacia afuera–, fue acompañado de una expansión y organización del aparato de Estado destinada a crear una plataforma de sustentación social y material,



36. To protect and promote national industry, a series of organizations and regulations were created, including the Federation of Chilean Industry in 1883, the Ministry of Industries in 1887, and the Customs Ordinance in 1897.

Para proteger y fomentar la industria nacional se crearon una serie de organizaciones y regulaciones tales como la Sociedad de Fomento Fabril en 1883, el Ministerio de Industrias en 1887 y la Ordenanza de Aduanas en 1897.

RIGHT: trademark registration for liquor as a tribute to the martyrs of Iquique. Manufactured by Ivani and Lanzarotti, Santiago, 1890. As was the case with some Chilean military heroes and presidents, the figure of Arturo Prat represented the longing for a human archetype that could embody the dreams and desires of a nation with a common project, beyond political, social, economic or religious divisions. This explains its frequent appearance on trademarks registrations for articles as diverse as liquors, tonics, candles, soaps and cigarettes.

DERECHA: registro de marca para aguardiente de sustancia como tributo a los mártires de Iquique. Fabricado por Ivani y Lanzarotti, Santiago, 1890. Como ocurrió con algunos próceres chilenos, militares y presidentes, la figura de Arturo Prat representó la añoranza de un arquetipo humano que encarnara las aspiraciones y deseos de una nación con un proyecto común, más allá de las divisiones políticas, sociales, económicas o religiosas. De ahí su frecuente aparición en registros de marcas de artículos tan diversos como licores, tónicos, velas, jabones y cigarrillos.

NEXT PICTURE: trademark registered for a bitter tonic of national hero Arturo Prat, by merchant Luis Vortmann. Valparaíso, 1887.

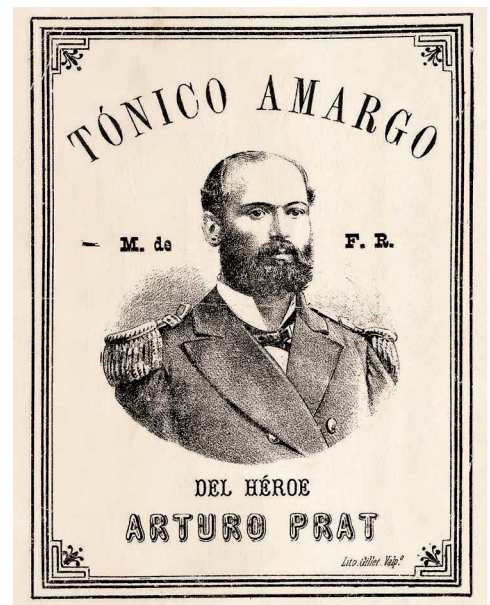
SIGUIENTE IMAGEN: marca registrada para tónico amargo del héroe Arturo Prat por el comerciante Luis Vortmann. Valparaíso, 1887.

ABOVE: trademark registered in 1898 in Santiago for the commercialization of spark plugs.

ARRIBA: marca registrada en 1898 para la comercialización de bujías en Santiago.

37. Grez, Sergio; "Balmaceda y el Movimiento Popular." In: *La época de Balmaceda*. Santiago, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 1992, pg. 76.

Grez, Sergio; "Balmaceda y el Movimiento Popular". En: *La época de Balmaceda*. Santiago, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 1992, p. 76.



industrial organization of the Republic and a greater degree of strength and well-being will provide us with the supreme possession of honest, hard-working people: living and dressing ourselves."³⁷

In practice, although the speech by Balmaceda strongly promoted the protection of Chilean manufacturing, no concrete actions were taken to increase tariffs of an industrial sector that had to be protected in order to strengthen the nation's material culture.

Beginning in the last third of the 19th century, the argument most used to sell a product was its trademark, more than its tangible qualities, its social role and its origin, to the point where it became normal to warn consumers that they must check the product's authenticity and reject imitations of prestigious trademarks. However, the greater trustworthiness and prestige held by foreign trademarks appeared to be a headache for Chilean industrialists:

"In the course of our visits to the different factories that make Santiago a relatively important manufacturing location, we have often been assaulted by a thought... that rises directly from the invariable spectacle of seeing our products displayed on the market with no prestige of their own, falsely presented with

donde el liberalismo económico tendió finalmente a imponerse. No obstante la resistencia y cuestionamiento de esta tendencia modernizadora, quedó de manifiesto la preocupación por proteger la manufactura nacional."³⁶

Este emergente pero aún difuso afán proteccionista bien se puede constatar en un discurso pronunciado por José Manuel Balmaceda durante la proclamación de su candidatura a la presidencia en 1886, donde proponía lo siguiente:

"Si a ejemplo de Washington y de la Gran República del Norte, preferimos consumir la producción nacional, aunque no sea tan perfecta y acabada como la extranjera... si hacemos concurrir al Estado con su capital y sus leyes económicas, y concurrimos todos, individual o colectivamente, a producir más y mejor y a consumir lo que producimos, una savia más profunda circulará por el organismo industrial de la República y un grado de mayor fuerza y bienestar nos dará la posesión de este bien supremo del pueblo trabajador y honrado: vivir y vestimos por nosotros mismos".³⁷

En la práctica, aunque el discurso de Balmaceda promoviera vivamente la protección de la manufactura chilena, no existieron acciones concretas para subir los aranceles de un sector industrial que se deseaba proteger



LEFT: Abrazo de Maipú, trademark registered by Fernández, Medina y Cía., Havana, Cuba, for the sale of cigarettes in Chile, 1910. These types of products, which celebrated the events of the independence period, were part of the topics some trademarks used during the Centennial.

IZQUIERDA: Abrazo de Maipú, registro de marca efectuado por Fernández, Medina y Cía., de la Habana, Cuba, para la comercialización de cigarrillos en Chile, 1910. Este tipo de productos, que rescataron eventos de la gesta independentista, fueron parte de los argumentos a los que recurrieron algunas marcas del Centenario.

BOTTOM, LEFT: trademark registered by B. Edwards y Cía. for Molino Viluco, Linderos, 1889.

AL FINAL, IZQUIERDA: registro de marca de B. Edwards y Cía. para Molino Viluco, Linderos, 1889.

foreign trademarks or labels... Why, we ask ourselves, is it inevitable that our manufacturers place apocryphal trademarks on better-quality manufactured goods?... Our manufacturers must forcibly use such trademarks, lest they find themselves ruined because their products find no buyers, even though they may be superior, or at least equal, than imported products... An article must only present on its container or outside part a Chilean name and company, for people to look at it with disdain, assuming that it is bad because it is from this country... What reason, then, may cause in our country that deep-seated habit of disparaging what is our own and valuing what is foreign?"³⁸

para el engrandecimiento de la cultura material en el país.

A partir del último tercio del siglo XIX, el argumento más empleado para vender un producto era la marca, por sobre sus cualidades tangibles, su rol social y su procedencia, hasta el punto de hacerse habitual el advertir al consumidor que debía fijarse en la autenticidad del producto y rechazar las imitaciones de las marcas de prestigio. Sin embargo, la mayor confiabilidad y prestigio que ofrecían las marcas extranjeras parecía ser un dolor de cabeza para los industriales chilenos:

“En el transcurso de nuestras visitas a las diferentes fábricas que dan a Santiago relativa importancia manufacturera, nos ha asaltado muchas veces una reflexión... que fluye directamente del espectáculo invariable que nos ofrecen nuestros productos expuestos en el mercado sin cachet propio, falsamente presentados con marcas o etiquetas extranjeras... ¿Porqué, nos preguntamos, ha de ser imprescindible para nuestros fabricantes aplicar a las fabricaciones de mejor calidad marcas apócrifas?... Nuestros fabricantes tienen que valerse por fuerza de dichas marcas, á trueque de arruinarse por no encontrar salida para sus productos, aunque éstos sean superiores ó iguales, cuando menos, a los productos importados...



ABOVE: trademark registered by Laboratorio Chile, 1897.

ARRIBA: marca registrada por Laboratorio Chile, 1897.

38. Martínez, Mariano; *Industrias santiaguinas*. Santiago, Imprenta y Encuadernación Barcelona, 1896, pgs. 205-206.

RIGHT: trademark registration for national Vermouth elaborated by Luis Chiartano in Valparaíso.
DERECHA: registro de marca de Vermouth Nacional elaborado por Luis Chiartano en Valparaíso.

BELOW: trademark registered by G.A. Hörmann y Cía., for general goods, Valparaíso, 1887.

ABAJO: marca comercial inscrita por G.A. Hörmann y Cía., para mercaderías en general, Valparaíso, 1887.



Manufacturers of goods clearly understood the main obstacles that prevented the productive development of a meager local market, distant from the large commercial centers and with little qualified labor. Likewise, the insufficient government subsidy granted to national industries opposed the interests of retail trade, whose profits came primarily from the import of foreign goods. This caused a long controversy surrounding the fixing of the valuation scale for imported goods and the low customs tariffs paid by foreign manufactured goods. For economist Dominique Hachette this is the greater protection of intellectual property in the country, although it implies a short-term net transfer of income abroad, “in the long term will stimulate a greater foreign investment in the country and also more research and innovation.”³⁹

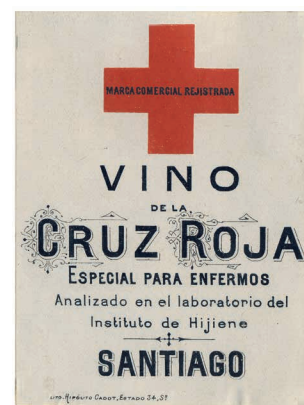
Finally, it is worth mentioning that patents registered in the 1840–1911 period amounted to a total of 3,608 registrations; therefore, an annual average of 51 patents. Subsequently, the number of applications and authorizations per decade would tend to increase steadily. If during the mid-19th century the average of patents was close to ten registrations each year, in 1910 it was already over one hundred.



Basta que un artículo presente en su envase ó parte exterior nombres y firmas chilenos, para que las gentes le miren con desdén, dando por hecho que es malo por ser del país... ¿Qué razón entonces puede determinar en nuestro país ese hábito inveterado de menospreciar lo propio y valorar lo ajeno?”³⁸

Los fabricantes de manufacturas tenían claro cuales eran los principales obstáculos que impedían el desarrollo productivo de un exiguo mercado local, alejado de los grandes centros comerciales y de escasa mano de obra calificada. Asimismo, la insuficiente subvención estatal otorgada a las industrias nacionales se contraponía a los intereses del comercio mayorista cuyas ganancias provenían esencialmente de la importación de artículos extranjeros. Ello motivó una larga controversia en torno a la fijación de la escala de avalúos a los bienes importados y los bajos derechos de aduanas que pagaban las manufacturas extranjeras. Para el economista Dominique Hachette, la mayor protección de la propiedad intelectual en el país, si bien pudo implicar a corto plazo una transferencia neta de rentas hacia el exterior, “en el largo plazo incentivará una mayor inversión extranjera en el país y también más investigación e innovación”.³⁹

Finalmente, cabe mencionar que el registro de patentes que comprendió el período 1840–1911 dio cuenta de un total de tres mil 608 registros, en rigor, un promedio anual de 51 patentes. En lo sucesivo, la cantidad de solicitudes y concesiones por década tenderá a incrementarse sostenidamente. Si a mediados del siglo XIX, el promedio anual de patentes se acercaba a los diez registros, en 1910 ya superaba la centena.



ABOVE: trademark Cruz Roja registered for wines by merchant Arturo Gallo, Santiago, 1893, and registration of a pharmaceutical establishment and sparkling waters from Valparaíso, late XIX century. ARRIBA: marca Cruz Roja registrada para vinos por el comerciante Arturo Gallo, Santiago, 1893, y registro de establecimiento farmacéutico y de aguas gaseosas de Valparaíso, fines siglo XIX.

LEFT: Botica del Indio, figurative trademark registered for a drugstore in Santiago.

LEFT: Botica del Indio, marca gráfica registrada para farmacia en Santiago.

39. Hachette, Dominique; “La reforma comercial.” In: Larraín, Felipe and Rodrigo Vergara (editores); *La transformación económica de Chile*. Santiago, Centro de Estudios Públicos, 2001, pg. 334.





ABOVE: tea trademark La Fama, L. Lanzarotti and Co.

ARRIBA: marca registrada de Té La Fama de L. Lanzarotti y Compañía.

LEFT: detail of the tea trademark Siglo XX's label (Twentieth Century).

IZQUIERDA: detalle etiqueta de marca registrada de Té Siglo XX.

LEFT PAGE: photography of Filter Belair patented for Belair and Compañía all kinds of liquors and liquids, 1909.

PÁGINA IZQUIERDA: fotografía de Filtro Belair patentado por Belair y Compañía para toda clase de licores y líquidos, 1909.

CHAPTER TWO

CAPÍTULO DOS

FROM THE CENTENNIAL TO THE PROJECT OF AN INDUSTRIALIZED COUNTRY

DEL CENTENARIO AL PROYECTO DE UN PAÍS INDUSTRIALIZADO

THE TURN OF THE CENTURY AND THE NATION'S CENTENNIAL

1. The exact definitions of the concepts of “modernity” and “modernization” are still being debated, and there is no general consensus. Similarly, their lack of historical significance is discussed not only in terms of the differences between the two concepts, but also as a social and collective unwillingness to recognize permanent modernization processes over time. It is often said that we are currently undergoing “the” process of modernization, and that our society is gradually approaching modernity. We no longer speak of advancing from a stage of “underdevelopment” to a stage of “development,” but simply of moving forward towards a modern society.

Todavía sigue siendo un tema de debate la definición con absoluta precisión de los conceptos de “modernidad” y “modernización”, en términos de un acuerdo general. Asimismo, se discute su falta de significación histórica no sólo por las diferencias entre ambos términos, sino también, por la negación social y colectiva de reconocer procesos de modernización permanentes en el tiempo. Se suele indicar que actualmente estamos experimentando “el” proceso de modernización y que nuestra sociedad se acerca paulatinamente a la modernidad. Ya no se habla del paso de un estado de “subdesarrollo” a otro “desarrollado”, sino simplemente del desplazamiento hacia una sociedad moderna.

In the early decades of the 20th century, both Chile and in almost all countries of Latin America, there was a gradual incorporation, in terms of production and consumption, to an economic platform of international scope that triggered a series of tensions between the plutocracy of saltpeter and the emerging middle class, which became a party to the social demands that formed part of this new scenario. After almost a century of liberal-oriented republicanism, the cities with the best commercial infrastructure –specifically Santiago, Valparaíso, Iquique and Concepción– were established as development poles, while the economic boom driven by saltpeter exports promoted a strong development of industry and urbanization. The city became the country’s main arena in the early part of the century, which caused an abandonment of rural areas and the traditional agrarian structure that had characterized 19th-century Chile.

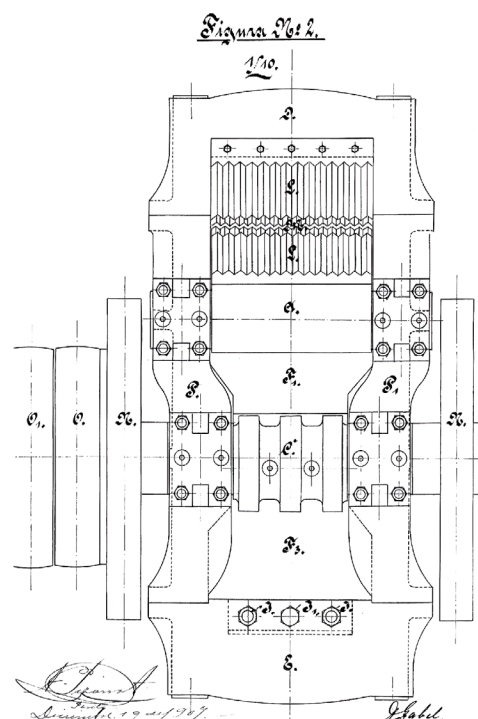
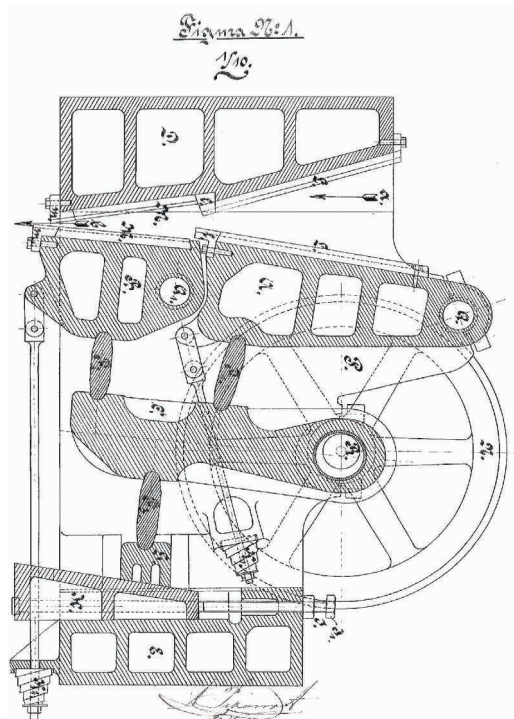
The configuration of this new economic order was not without conflicts: on the one hand, there were pressures to modernize the former way of life, in order to incorporate it into a new space for trade, based on a newly emerging commercial universe; on the other, the emergence of protest actions and practices carried out by the working-class and popular movements, which demanded a radical modernization¹ of their conditions of life. Many of the social problems brought on by this new industrial organization were part of a long-term historical reality commonly known as the “social question,” a situation that affected not only workers, but the entire country.

Different authors suggested the need to promote the country’s industrial development, a

EL CAMBIO DE SIGLO Y EL CENTENARIO DE LA NACIÓN

En las primeras décadas del siglo XX, tanto en Chile como en casi todos los países de América Latina, se produjo una paulatina incorporación, en términos de producción y consumo, a una plataforma económica de alcance internacional que desencadenó una serie de tensiones entre la plutocracia del salitre y la emergente clase media, que adhirió a las reivindicaciones sociales que formaron parte de este nuevo escenario. Tras casi un siglo de republicanism de corte liberal, las ciudades con mayor infraestructura comercial, particularmente Santiago, Valparaíso, Iquique y Concepción, pudieron consolidarse como polos de desarrollo, a la vez que el auge económico sustentado en la exportación salitrera propulsó un fuerte desarrollo de la industria y la urbanización. La ciudad pasó a ser el escenario principal del país de comienzos de siglo, lo que trajo como consecuencia un abandono del campo y la tradicional estructura agraria que había caracterizado al Chile del siglo XIX.

La conformación de este nuevo orden económico fue un proceso no exento de conflictos: por un lado, las presiones por modernizar el antiguo modo de vida, para incorporarlo a un nuevo espacio de intercambio económico, conformado sobre la base de un incipiente universo mercantil; por el otro, el surgimiento de acciones y prácticas reivindicativas protagonizadas por movimientos obreros y populares que exigían una modernización¹ radical de sus condiciones de vida. Muchos de los problemas sociales que acarreó consigo esta nueva organización industrial fueron parte de una realidad histórica de largo plazo comúnmente denominada “cuestión social”, situación que no sólo afectó a los trabajadores, sino a todo el país.



ABOVE: trademark registered by a shoe manufacturer in 1894, where the use of the National Shield may be seen.

ARRIBA: marca inscrita por industria fabricante de calzado en 1894, donde es posible advertir la utilización del Escudo Nacional.

LEFT: blueprints of the patent for a metal grinder, from 1908.

IZQUIERDA: planos de la patente de una trituradora de metales, del año 1908.

debate that had been postponed since the era of Balmaceda by the Civil War of 1891, and which led to a nationalist inclination in opposition to liberalism, a system that greatly exacerbated the dependence on saltpeter mono-exports between the last decades of the 19th century and the first three decades of the new century. In this school of thought, a landmark document was *Our Economic Inferiority*, by Francisco Antonio Encina, who in 1911 presented a critical analysis of the country's development up to that point, arguing that one of its primary causes was a fragile "commercial and industrial morality," a consequence of the short-term vision of Chilean entrepreneurs with respect to the projection of national brands and products. On this subject, Encina wrote:

"Manufacturing a good at the least possible cost, but that is solid, good, and capable of performing its function, is something that is not yet part of our practices. As soon as a trademark for a wine is accredited, it is falsified by the producer himself, who purchases unfermented grape juice here and there, and sells the product of lesser quality rather than the one which conquered the market. It is hard to find a manufacturer who would give up the immediate profit gained by producing goods that have a good appearance, but are

Distintos autores plantearon la necesidad de promover el desarrollo industrial del país, un debate que había quedado pospuesto desde los tiempos de Balmaceda por la guerra civil de 1891, y que se tradujo en una consigna de carácter nacionalista y opuesta al liberalismo, sistema que acentuó al máximo la dependencia monoexportadora del salitre entre las últimas décadas del siglo XIX y las primeras tres décadas del nuevo siglo. Dentro de esta corriente, un texto emblemático fue *Nuestra inferioridad económica* de Francisco Antonio Encina, quien en 1911 realizó un balance crítico del desarrollo que registraba el país a la fecha, señalando, como una de sus principales causas, a una precaria "moralidad comercial e industrial", como consecuencia de la visión cortoplacista de los empresarios chilenos respecto a la proyección de las marcas y productos nacionales. Al respecto, Encina señalaba:

"Fabricar un artículo con el menor costo posible, pero sólido, bueno y apto para cumplir con su destino, es algo que no entra aún en nuestras prácticas. En cuanto la marca de un vino se acredita, se le falsifica por el propio productor, adquiriendo mostos aquí y acullá y vendiendo un artículo de clase inferior al que conquistó el mercado. Es difícil encontrar un fabricante que renuncie a la ganancia inmediata

RIGHT: trademark registered in Santiago by Bernado Vera Calvo, wine and liquor merchant, 1910.

DERECHA: marca registrada en Santiago por Bernado Vera Calvo, comerciante de vinos y licores, 1910.

CENTRE, LEFT: commemorative album registered by merchant Erasmo Guzmán in 1910.

AL CENTRO, IZQUIERDA: álbum conmemorativo inscrito por el comerciante Erasmo Guzmán en 1910.

CENTRE, RIGHT: cigarette trademark registered by industrialist Miguel Sigall, Santiago, 1920.

AL CENTRO, DERECHA: Alessandri, marca de cigarrillos registrada por el industrial Miguel Sigall, Santiago, 1920.

BOTTOM: trademark registered for the manufacture of syrupy sweets by Clara Luz Bello, widow of Pacheco, Quillota, 1910.

ABAJO: marca inscrita para la fabricación de dulces en almíbar por Clara Luz Bello, viuda de Pacheco, Quillota, 1910.



ordinary, fragile and inappropriate for their supposed purposes.”²

Thus, the judgment issued by the late President José Manuel Balmaceda, “we must not allow this rich, vast region to be transformed into a mere foreign factory,”³ appeared to become increasingly pertinent during the period between the first Centennial of the Republic and the early 1930s, when the liberal model of “outward-oriented development” faced a severe crisis due to external factors such as the invention of synthetic saltpeter in 1922 and the Great Depression that followed the crash of the U.S. stock market in 1929, which produced a paradigm shift in the region’s economies, characterized by the strengthening of the State as the entity that directed the nation’s productive activity and by a sense of industrialism and self-sufficiency. This period would come to be known as the “inward-oriented development” model, and it lasted until 1973.

CONSUMPTION AND THE RISE OF MASS COMMUNICATIONS IN CHILE

The festive and celebratory nature of the Centennial of the Republic was conceived as a grand event imagined by and tailored to the elite. In addition there was also the implementation of several public works, such as the installation of sewage systems and a new lighting system in Santiago. Commenting on the events of 1910, Alfonso Calderón wrote that the center of the capital city was a “magical world,”⁴ where the first automobiles could already be seen, along with horse-drawn carriages (“victorias”) and a few American cars. In reference to the media explosion surrounding this great national event, Calderón added: “...the shops were bustling, offering... Mumm, Cordon Rouge, Gout Américain and Veuve Clicquot champagne; Crème Simon, Shirley President suspenders, Casa Pra parasols, Flirt, a delicious non-alcoholic beverage... Verin mineral waters, Pouget corsets, Renault, Panhard and Berliez automobiles; Ratanpuro tea, Orientales tablets, Tisphorine, Bitter Angostura...”⁵ In this new commercial scene, material goods for mass consumption appeared and were purchased more frequently by different social groups; this

que procura la elaboración de artículos de buena apariencia, pero ordinarios, frágiles e inadecuados para los fines que deben llenar”.²

Así, la sentencia del malogrado Presidente José Manuel Balmaceda “no debemos consentir que esta rica y vasta región sea convertida en una simple factoría extranjera”,³ pareció recobrar cada vez mayor vigencia en el período de tiempo situado entre el primer Centenario de la República y comienzos de la década de 1930, época en que el modelo liberal y de “desarrollo hacia afuera” entró en una severa crisis a causa de factores externos como la invención del salitre sintético en 1922 y la Gran Depresión originada en la bolsa estadounidense en 1929, los que motivaron un cambio de paradigma en las economías de la región, caracterizado por el fortalecimiento del Estado como entidad rectora de la actividad productiva del país y por un sentido industrialista y autoabastecedor. Este período será reconocido como el modelo “de desarrollo hacia adentro”, cuya vigencia se extendió hasta el año 1973.

CONSUMO Y SURGIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS EN CHILE

La condición festiva y celebratoria que tuvo el Centenario de la República se proyectó como un gran evento imaginado a la medida de la élite, considerando además la puesta en marcha de diversas obras públicas como la instalación de sistemas de alcantarillado y el encendido del nuevo sistema de alumbrado en Santiago. En relación a estos acontecimientos ocurridos en 1910, Alfonso Calderón señala que el centro de la capital era un “mundo mágico”,⁴ donde ya circulaban los primeros automóviles, victorias y unos pocos coches americanos. Refiriéndose a la explosión mediática de este gran evento nacional, Calderón agrega: “...las tiendas entran en ebullición, ofreciendo... champañas Mumm, Cordon Rouge, Gout Américain y Veuve Clicquot; Crème Simon, tirantes Shirley President, quitasoles de la Casa Pra, Flirt, deliciosa bebida sin alcohol... aguas minerales de Verin, corset Pouget, automóviles Renault, Panhard y Berliez; Té Ratanpuro, Pilules Orientales, Tisphorine, Bitter Angostura...”⁵ En este nuevo escenario comercial, surgieron bienes materiales de consumo masivo que fueron adquiridos



ABOVE: trademark registration of the Compañía Industrial de Catres (CIC), which commenced its activities in 1912.

ARRIBA: registro de marca de la Compañía Industrial de Catres (CIC), empresa que inició sus actividades en 1912.

2. Encina, Francisco Antonio; *Nuestra inferioridad económica. Sus causas, sus consecuencias*. Santiago, Editorial Universitaria, 1981, p. 77.
3. Balmaceda, José Manuel; “Mensaje al Congreso”, July 1, 1889.
4. Calderón, Alfonso; *Memorial del viejo Santiago*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 1984.
5. Calderón, Alfonso; *Cuando Chile cumplió 100 años*. Santiago, Editora Nacional Quimantú, 1973, p. 46.

BELOW, RIGHT: trademark for a variety of wines registered by the department store Gath & Chaves, Santiago, 1930. In our country, the massive emergence of so-called "generic brands" occurred during the 1990s, when large distribution chains (supermarkets, retail stores, pharmacies, etc.) introduced to the market, at much lower prices, generically branded products manufactured by the stores themselves. However, Gath & Chaves had anticipated this trend by several decades, selling different products (soaps, perfumes, wines, candy, etc.) under its own brand.

ABAJO, DERECHA: marca de variedad de vino inscrita por la multi tienda Gath & Chaves, Santiago, 1930. En nuestro país, la irrupción masiva de las llamadas "marcas propias" se produjo durante la década de 1990, cuando las grandes cadenas de distribución (supermercados, tiendas de retail, farmacias, etc.) lanzaron al mercado productos de marcas genéricas de los mismos fabricantes a precios más bajos. Sin embargo, y anticipándose a la tendencia en varias décadas, Gath & Chaves ya comercializaba diferentes productos (jabones, perfumes, vinos, golosinas, etc.) con su propia marca.

BELOW, LEFT: beer trademark registered by Anwandter Hermanos, Valdivia, 1920.

ABAJO, IZQUIERDA: marca de cerveza registrada por Anwandter Hermanos, Valdivia, 1920.

situation favored a strong competition between generic products for everyday use, such as tea, beer, cigarettes, pharmaceuticals and clothing. Tea, for example, stimulated the proliferation of national brands, foreign brands and cheaper versions of the latter. We can highlight several such trademarks, including Santa Filomena, Ratanpuro, Demonio, Azul, Lipton, Horniman, Japón, Mazawattee, Siglo XX, Elefante, Dulcinea, Arturo Prat and Estrella Colorada.

Urban trade –as in other large U.S. and European cities– had begun to take precedence beginning in the last third of the 19th century in the main Latin American cities. This facilitated the emergence of large commercial centers that combined specialization and diversification, selling products under the roof of one large establishment; one emblematic case was the Gath & Chaves shop, inaugurated in 1910 in downtown Santiago.

The rise of mass communications –which some authors date back to the Centennial celebrations and the great economic crisis of 1929⁶– also led to nationalist discourses and social reforms. Like its Latin American neighbors, our country had to contribute raw materials to the world economy, receiving manufactured goods in exchange. At the same time, the unprecedented entry of foreign capital financed the modernization of a few advanced

con mayor frecuencia por diferentes estratos sociales, situación que propició una fuerte competencia entre productos genéricos de uso cotidiano como el té, la cerveza, los cigarrillos, los fármacos y el vestuario. El té, por ejemplo, estimuló la proliferación de marcas nacionales, extranjeras y versiones más económicas de estas últimas. Entre varias de estas marcas, podemos destacar a Santa Filomena, Ratanpuro, Demonio, Azul, Lipton, Horniman, Japón, Mazawattee, Siglo XX, Elefante, Dulcinea, Arturo Prat y Estrella Colorada.

El comercio urbano –al igual que en otras urbes americanas y europeas– había empezado a predominar desde el último tercio del siglo XIX en las principales ciudades latinoamericanas, instancia que permitió el surgimiento de grandes centros comerciales que combinaron la especialización y diversificación en la venta de productos bajo el alero de un gran establecimiento, caso emblemático de la tienda Gath & Chaves, inaugurada en 1910 en pleno centro de la capital chilena.

El surgimiento de la comunicación de masas –que algunos autores sitúan entre las celebraciones del Centenario y la gran crisis económica de 1929⁶– se produjo a la par de los discursos nacionalistas y las reformas sociales. Como sus vecinos latinoamericanos, nuestro país debía contribuir con materias primas a la

6. We are referring to authors such as Alfonso Calderón, Stefan Rinke, Gabriel Salazar, and especially Carlos Ossandón and Eduardo Santa Cruz. Regarding the last two, see: *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de las masas*. Santiago, LOM Ediciones, 2005.

Nos referimos a algunos autores como Alfonso Calderón, Stefan Rinke, Gabriel Salazar, y en especial, Carlos Ossandón y Eduardo Santa Cruz. Respecto a estos dos últimos, véase: *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de las masas*. Santiago, LOM Ediciones, 2005.



sectors of the Chilean economy, such as the saltpeter extraction industry.

In particular, beginning in the 1920s, large transnational companies of U.S. origin, such as Chilean Telephone Company, a subsidiary of International Telephone and Telegraph (I.T.T.), Westinghouse, General Electric, Standard Electric, Ford, Good Year, General Motors, Esso, Radio Corporation of America (RCA), Kennecott Copper Corporation, to mention a few, established branches that brought electricity to the country, installed modern telephone systems, and introduced original household artifacts, entertainment technologies, automobiles, and heavy machinery for agricultural and industrial production. Although many of these products could only be used in households that had electricity, the United States consul concluded that “in less than ten years, close to forty thousand radio devices, several thousand refrigerators and many other luxury electrical machines had been sold in Chile.”⁷

Beginning in the 1930s, the concept of “modernization” was a key factor in government policies that sought to establish a greater independence from external economic fluctuations, through an industrialization strategy that sought to substitute imports by allowing new social actors to participate in political

economía mundial para recibir a cambio productos manufacturados. Asimismo, el influjo sin precedentes de capital extranjero solventó la modernización de algunos sectores progresistas de la economía chilena, tal como ocurriera con la industria de extracción del salitre.

En especial desde la década de 1920, grandes empresas transnacionales de origen estadounidense, como Chilean Telephone Company, subsidiaria de la International Telephone and Telegraph (I.T.T.), Westinghouse, General Electric, Standard Electric, Ford, Good Year, General Motors, Esso, Radio Corporation of America (RCA), Kennecott Copper Corporation, por mencionar algunas, establecieron plantas sucursales que electrificaron el país, instalaron modernos sistemas telefónicos e introdujeron novedosos artefactos para el hogar, tecnologías de entretenimiento, automóviles y maquinaria pesada para la producción agrícola e industrial. A pesar de que muchos de estos productos sólo podían utilizarse en hogares que contaban con electricidad, el cónsul de Estados Unidos concluyó que “en menos de diez años, cerca de cuarenta mil aparatos de radio, varios miles de refrigeradores y muchos otros lujosos equipos eléctricos habían sido vendidos en Chile”.⁷

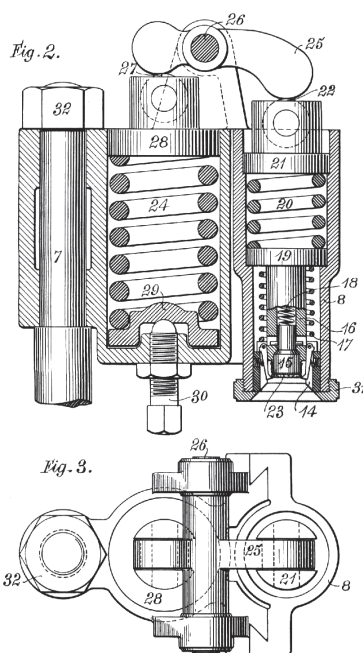
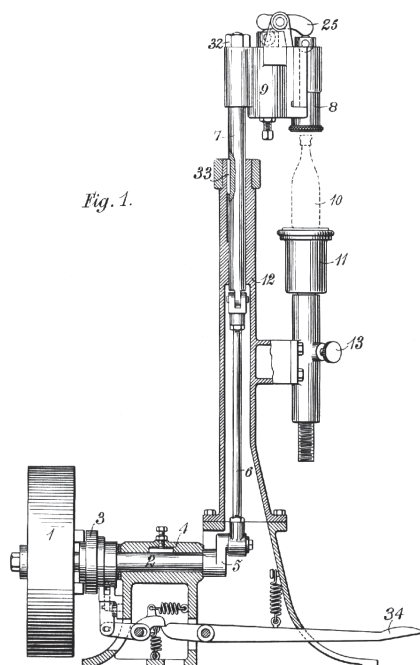
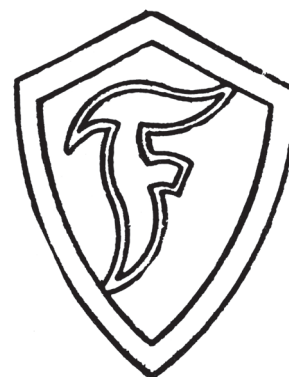
A partir de la década de 1930, el concepto de “modernización” fue un factor clave en

BOTTOM, LEFT: Improved machine for putting caps on bottles, an invention that Charles Winter ceded to Star Seal Company, patented in Chile in 1910.

ABAJO, IZQUIERDA: máquina perfeccionada para aplicar tapones a las botellas, invento que Charles Winter cedió a Star Seal Company, patentada en Chile el año 1910.

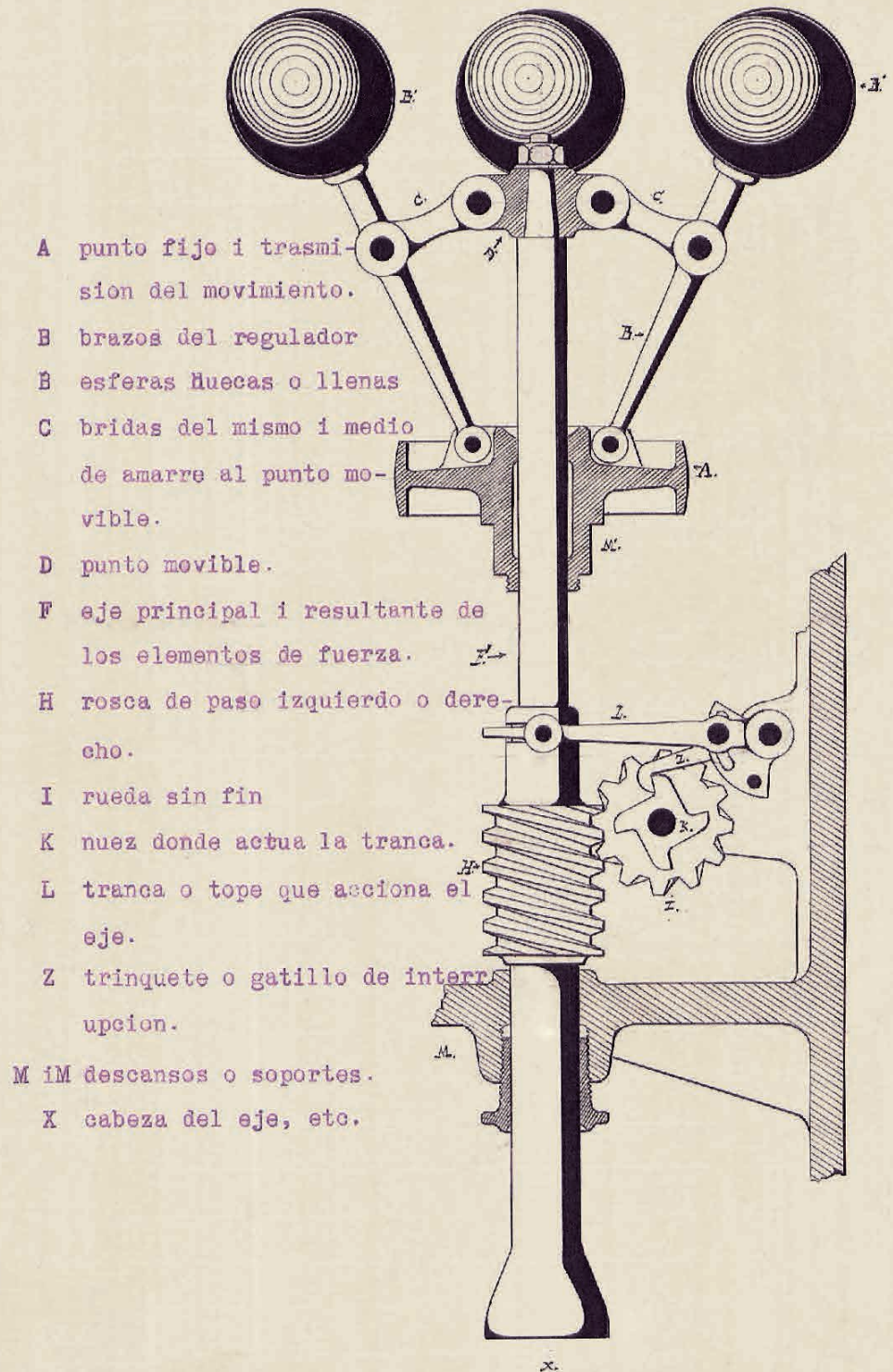
BELOW: registration for trademark by The Firestone Tire & Rubber Company, United States, 1938.

ABAJO: inscripción de marca The Firestone Tire & Rubber Company, Estados Unidos, 1938.



7. General Consulate of the United States to the State Department in Washington D.C., “Chile’s Plight,” Santiago, November 29, 1933, 825.50/32, R.G. 59, N.A. Quoted in: Rinke, Stefan; *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*. Santiago, Ediciones de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2002, p. 45
 Consulado general de Estados Unidos a Departamento de Estado en Washington D.C., “Chile’s Plight”, Santiago, 29 de noviembre de 1933, 825.50/32, R.G. 59, N.A. Citado en: Rinke, Stefan; *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*. Santiago, Ediciones de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2002, p. 45.

CONJUNTO DEL DISPOSITIVO "RIQUELME"




RIGHT: patent granted in 1909 to R. Riquelme Lillo, for his drilling tool.
 DERECHA: patente otorgada el año 1909 a R. Riquelme Lillo, para su herramienta perforadora.

<p>FRUTALIN SAL DE FRUTA EFERVESCENTE</p>  <p>AGRADABLE Y REFRESCANTE</p> <p>RECOMENDADA PARA NIÑOS Y ADULTOS</p> <p>Una cucharada de las de sopa contiene: Citrato de sodio 1.5 grm.; Acido tartarico, bicarb. de soda.</p>	<p>Fábrica de Productos Químicos y Farmacéuticos. DAUBE y Cia. - LLAY-LLAY</p>	<p>Instrucciones para tomarla: como refrescante tómense una cucharadita en un vaso de agua. Cuando se desee que obre como purgante deben tomarse dos cucharadas o más por la mañana en ayunas. Es conveniente tomar después y a intervalos té bien caliente. Para facilitar la digestión se recomienda tomar una dosis media hora antes de las comidas.</p>	<p>Fábrica de Productos Químicos y Farmacéuticos DAUBE y Cia. - LLAY-LLAY</p>	<p>FRUTALIN 18</p> <p>EL FRUTALIN 18, aparte de ser una sal refrescante y deliciosa como bebida en la época del verano, es también un poderoso eliminador de las impurezas de la sangre y sus resultados son positivos en todos aquellos casos de principios de fiebre e infecciones intestinales, trastornos éstos tan comunes de observar en los niños y adultos.</p> <p>También el uso de FRUTALIN 18, está muy bien indicado a aquellas personas que acostumbran a comer o beber en exceso, desarreglos éstos que traen como consecuencia un estancamiento en el intestino, de materias no digeridas, produciéndose un porfiado y molesto estreñimiento, el que generalmente va acompañado de dolor de cabeza y malestar general.</p> <p>20,000/11/23</p>
--	---	---	--	--

FROM TOP TO BOTTOM:
Frutalín, Llay-Llay, label and trademark for fruit salt 1920.
Quo Vadis, trademark registered by Federico Betteley, Quilpué, 1920.
Cookies Guagua, trademark for a product line of the company Hucke, Valparaíso, 1924.
No Más Tos (No more cough), label of the syrup trademark registered in 1922, Valparaíso.

DE ARRIBA HACIA ABAJO:
Frutalín, Llay-Llay, etiqueta y marca registrada de Sal de fruta 1920.
Quo Vadis, marca registrada por Federico Betteley, Quilpué, 1920.
Galletas Guagua, registro de marca de línea de productos de la empresa Hucke, Valparaíso, 1924.
No Más Tos, etiqueta y marca registrada de jarabe, 1922, Valparaíso.

<p>M. QUO VADIS R.</p>	<p>QUILPUÉ FEDERICO BETTELEY HIJO IMPORTADO POR</p>		
---------------------------------------	--	---	--

	<p>GALLETAS HUCKE GUAGUA M. C. R. LIT. PACIFICO VALP. CAS. 1924</p>	
---	--	--

"NO MAS TOS"
JARABE INFALIBLE

Preparado por
Práctico en Farmacia 25 años

R. SOTO R.
VALPARAISO - Chile

Este Jarabe se emplea
des de los Bronquios,
las Reumas, la Grippe,
quera, la Pulmonía, la
ventivo contra las en-
sas como la Viruela,
ciones de la voz.



contra las enfermeda-
los Catarros, el Asma,
la Coqueluche, la Ron-
Tos Convulsiva. Pre-
fermedades contagio-
etc. y todas las afec-
R.

MODO DE USARLO:

Para adultos, una cucharada sopera cada 2 o 3 horas según la fuerza de la tos, Para niños de un mes, 20 gotas, de 6 meses media cucharadita, de un año hasta 8 años, una cucharadita de café, de 8 hasta 15 años, una cucharada de postre. Todas estas dosis se suministran cada 3 horas, y en caso de tos convulsiva cada hora ajitando el frasco antes de usarlo. = Exijase la firma de su inventor en cada frasco.



RIGHT: trademark registered by Saavedra Benard y Cia., importers and residents of the capital city, for "naphta, benzine and gasoline," 1920.

DERECHA: marca inscrita por Saavedra Benard y Cia., importadores residentes en la capital, para "nafta, bencina y gasolina", 1920.

BELOW trademark for Stainer Co. for the sale of compounds and herbs for the preparation of infusions, Talcahuano, 1930.

ABAJO: marca de Steiner Co. para la venta de compuestos y hierbas para la preparación de infusiones, Talcahuano, 1930.



LEFT: La Gringa, trademark registration for common soap, soda, bleaches and preparations for cleaning and whitening clothes, Santiago, 1929.
 IZQUIERDA: La Gringa, registro de marca para jabón común, soda, lejías y preparaciones para lavar y blanquear ropa, Santiago, 1929.

BELOW, LEFT: El Buen Catador, trademark for grape liquor registered in the Magallanes region, 1930.
 ABAJO, IZQUIERDA: El Buen Catador, marca de aguardiente de uva registrada en la región de Magallanes, 1930.

NEXT: Cordillera, trademark for the sale of compounds and herbs to prepare infusions registered in 1930 by Steiner & Co. of Talcahuano.
 SIGUIENTE IMAGEN: Cordillera, marca de Steiner y Cia. para la venta de compuestos y hierbas para la preparación de infusiones, Talcahuano, 1930.

BOTTOM: Iridin, trademark for synthetic enamel paint registered in 1900 by industrialists Saavedra Bernard y Cía. of Valparaíso.
 AL FINAL: Iridin, marca para pintura esmalte registrada en 1900 por los industriales Saavedra Bernard y Cía. de Valparaíso.

La Gringa
M.R.

MODO DE USARLO

POLVOS "LA GRINGA"

- 1.º Disolver el contenido de este paquete en 10 litros de agua fría.
- 2.º Colóquese la ropa en esta solución moviéndola a fin de que se moje bien y déjese remojar toda la noche.
- 3.º A la mañana siguiente se revoloverá de nuevo la ropa y restriéguese un poco a fin de facilitar el lavado.
- 4.º Finalmente enjuéguese en agua limpia y fría. El resultado que notará Ud. es MARAVILLOSO.
- 5.º Para el lavado y blanqueo de la ropa blanca los polvos "LA GRINGA" (M.R.) tienen cualidades excelentes no conocidas en otros productos similares. Garantizamos que no QUEMAN NI DESTRUYEN la ropa blanca que se lave con ellos.

FABRICANTE: CIA. INDUSTRIAL SANTIAGO

«Yes Yes mucho bueno también»

POLVOS PARA LAVAR Y BLANQUEAR ROPA

COMPLEMENTO DEL JABON GRINGO

LIT. LEBLANC

AGUARDIENTE DE UVA MOSCATEL

PRODUCTO GENUINO

M. R.

EL BUEN CATADOR

ÚNICO CONCESIONARIO

JUAN M. ZEREGA MAGALLANES



BELOW, LEFT: trademark registered in Chile by Radio Corporation of America for light bulbs, United States, 1922.

ABAJO, IZQUIERDA: marca inscrita en Chile por la Radio Corporation of America para ampolletas eléctricas, Estados Unidos, 1922.

BOTTOM, LEFT: trademark belonging to The South American Export Syndicate Limited, English industrialists, for "canned foods, canned meat, ice cream, meat and fat extracts, etc.," England, 1924.

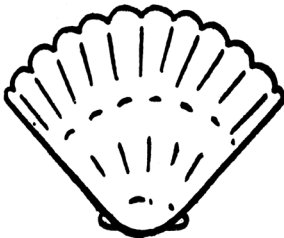
AL FINAL, IZQUIERDA: marca de la The South American Export Syndicate Limited, industriales ingleses, para "conservas en general, carne en conserva, helados, extracto de carnes, grasa, etc.," Inglaterra, 1924.

BELOW, RIGHT: sign of the Fensa ceramic factory that shows the date on which it was founded, and its "commitment" to the progress of national industry.

ABAJO, A LA DERECHA: letrero de fábrica de enlozados Fensa que remite al momento de su fundación, y su "compromiso" con el avance de la industria nacional.



SHELL



BRAND

and economic activities. This process, which was accelerated by World War II and later assumed as a government doctrine, coincided with a rise in the concentration of the population in Chile's largest cities (Santiago, Concepción and Valparaíso), which increased from 52.3% in 1940 to 75.1% of the total urban population in 1970.⁸ According to data from the 1940 National Census, Chile had a rural population of 62.2%, while 37.8% was concentrated in urban areas.

Although the export sector continued to be the foundation of the Chilean economy, the number and size of manufacturing companies was expanded with the support of the Federation of Chilean Industry. Nevertheless, the criticism from nationalist sectors did not abate, due to the imposed dependence on mining exports and the scarce international presence of our manufactured goods. The need to nationalize large industries then became imperative in order to fulfill the dream that had begun during the Administration of José Manuel Balmaceda.

las políticas estatales que apuntaron a una mayor independencia de las fluctuaciones económicas externas, mediante una estrategia de industrialización que buscó sustituir las importaciones, permitiendo la incorporación de nuevos agentes sociales a la actividad política y económica. Este proceso, acelerado por la Segunda Guerra Mundial y transformado luego en ideología de Gobierno, se produjo a la par de un alza de la concentración de población en las ciudades más grandes del país (Santiago, Concepción y Valparaíso), aumentando de un 52,3% en 1940 a un 75,1% del total en 1970.⁸ De acuerdo a las estadísticas del Censo Nacional de 1940, la población rural ascendía a un 62,2%, mientras un 37,8% se concentraba en zonas urbanas.

Aunque el sector exportador seguía siendo la base de la economía chilena, el número y tamaño de las empresas manufactureras pudo incrementarse con el apoyo de la Sociedad de Fomento Fabril. Sin embargo, las críticas provenientes de los sectores nacionalistas no amainaron, en razón de la forzosa dependencia



8. Martínez, Javier y Eugenio Tironi; *Las clases sociales en Chile*. Santiago, Ediciones del Sur, 1985, p. 38.



The provincial elites, as well as the country's middle-class sectors, had perceived an exaggerated "Frenchification" of customs and an excessive desire for appearances and luxuries in Chilean high society. This led to criticism by the mesocratic intellectual elite, which carried the battle flag of the emerging nationalist sentiment into the sphere of public debate. This challenge also extended to the competition between national and foreign products, as expressed in a passionate manifesto published by writer Tancredo Pinochet, who questioned the absolute and seductive power of imported brands:

"Today everyone boasts of consuming foreign products and there is no commercial outlet if the product does not carry an exotic brand. The peas from our country's factories are superior to French peas; but our higher-class people only allow the petits pois of Belle France on their tables. Chilean mineral waters are praised by the most competent physicians as the best in the world; but L'eau de Vichy de l'Etat Français is still the public's product of choice. The lobsters of Juan Fernández are good and cost two-thirds less than foreign ones; but we prefer to consume English or American lobsters at our tables. The canned meats of our southern establishments leave nothing

de la exportación minera y la escasa presencia de nuestra manufactura en el concierto internacional. La necesidad de nacionalizar las grandes industrias surgió entonces como un imperativo que debía cumplir el sueño proveniente de la época del Gobierno de José Manuel Balmaceda.

Las élites de provincias, como también los sectores medios del país, habían percibido un afrancesamiento exagerado de las costumbres y el afán desmedido por la apariencia y el lujo en la alta sociedad chilena. Ello levantó una crítica desde la intelectualidad mesocrática, esgrimiendo como bandera de lucha la emergencia del imperativo nacionalista en el debate de la esfera pública. Este cuestionamiento también se hizo extensivo a la competencia entre los productos nacionales y extranjeros en un encendido manifiesto publicado por el escritor Tancredo Pinochet, quien cuestionaba el poder omnipotente y seductor de las marcas importadas:

"Hoy día todo el mundo se jacta de consumir artículos extranjeros i nada tiene salida en el comercio si no lleva marca exótica. Las arvejas de las fábricas del país superan a las francesas; pero nuestra jente de tono solo admite en sus mesas las petits pois de la Belle France. Tenemos aguas minerales chilenas reputadas por los médicos más competentes como de



Pepsodent

TOP, LEFT: label and registered trademark for Castillo Cognac, bearing guaranteed signature of the manufacturer. Valparaíso, 1920s.

ARRIBA, IZQUIERDA: etiqueta y marca registrada de Cognac Castillo, con la firma garantizada del fabricante. Valparaíso, década de 1920.

ABOVE: hallmark and trademark of machinery for mills, 1922.

ARRIBA: sello y marca registrada de maquinarias para molinos, 1922.

NEXT: trademark of Compañía Comercial Wieder, of Valparaíso, for chalk, lime and calcium carbide, registered in 1922.

SIGUIENTE IMAGEN: marca de la Compañía Comercial Wieder, de Valparaíso, para tiza, cal y carburo de calcio, registrada en 1922.

LAST IMAGE: trademark for toothpaste registered by The Pepsodent Co., United States, 1930.

ÚLTIMA IMAGEN: marca de pasta dental registrada por The Pepsodent Co., Estados Unidos, 1930.

ABOVE: trademark registered in our country by Ford Motor Company, United States, 1930.

ARRIBA: marca registrada en nuestro país por la Ford Motor Company, Estados Unidos, 1930.

BELOW, RIGHT: trademark of the Victor Talking Machine Company radio receiver factory, registered in Chile in June 1924.

ABAJO, DERECHA: marca de la fábrica de receptores de radio Victor Talking Machine Company, inscrita en Chile en junio de 1924.

BOTTOM, RIGHT: patent granted in Chile in 1912 for the sleeping car, invented by U.S. engineer John Morrison Hansen, who intended to "provide a larger space for installing beds than is used in the ordinary car in the central hallway."

AL FINAL, DERECHA: patente otorgada en Chile en 1912 para coche dormitorio inventado por el ingeniero estadounidense John Morrison Hansen, quien pretendía "proporcionar un espacio más amplio para la recepción de las camas del que se usa en el carro ordinario del pasillo central".

to be desired; but Morton containers are the ones that seduce Chilean consumers. It is not that our products are worthless, since our own Chilean products use European names and we consume them as if they were European. We marvel at Bougies de Paris or Bougies de Bruxelles produced in Santiago. We light those candles with Safety Matches from a Swedish Patent that are manufactured in Talca. Our ladies clean and soften their rosy skin with Savon Fin de Paris that is manufactured in this country. The abundant cherries of Chilean orchards are used to make and sell Sirop Extra-Fin, and our almond trees produce Orgeat Superieur Qualité. We buy shoes from an American Shœ Factory located on Rosario Avenue. We write with Castle Ink Copying Fluid (London, Paris, Berlin, New York), manufactured on the banks of the Mapocho river. We consume Refined Table Salt from Chilean salt pans. We use Walker's Patent Shot (London), produced on the high tower on Sazie street... If they brought us waters from the sewers of Paris, bottled and labelled, we would surely see how it is consumed by Chileans.⁹

las mejores del mundo; pero l'eau de Vichy de l'Etat Français es todavía la preferida del público. Son buenas las langostas de Juan Fernández i valen dos tercios ménos que las extranjeras; pero en nuestras mesas se consumen de preferencia English or American Lobsters. Las carnes en conserva de nuestros establecimientos australes nada dejan que desear; pero los envases de Morton son los que seducen al consumidor chileno. No se trata de que lo nuestro no sirva para nada, pues los propios artículos chilenos deben llevar nombres europeos i los debemos consumir como si fueran europeos. Nos alumbramos con Bougies de Paris o Bougies de Bruxelles elaboradas en Santiago. Encendemos esas velas con Safety Matches de una Swedish Patent elaborados en Talca. Nuestras damas limpian i suavizan su piel rosa con Savon Fin de Paris, fabricado en el país. De las frondosas guindas de los huertos chilenos se hace para el comercio Sirop Extra-Fin: y de nuestros almendrales Orgeat Superieur Qualité. Compramos zapatos de una American Shœ Factory, situada en la avenida del Rosario. Escribimos con Castle Ink Copying Fluid (London, Paris, Berlin, New-York), elaborada en las riberas del Mapocho. Consumimos Refined Table Salt de salares chilenos. Usamos Walker's Patent Shot (London) elaborada en la alta torre de la calle Sazie... Si nos trajeran aguas de las alcantarillas de Paris, embotellada i etiquetada ya veríamos como tendría consumo entre los chilenos".⁹

FIG. 1

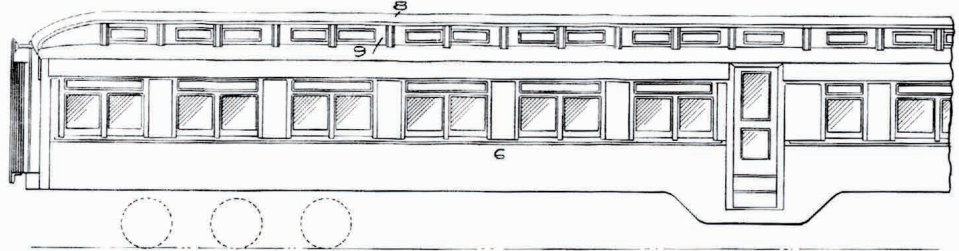
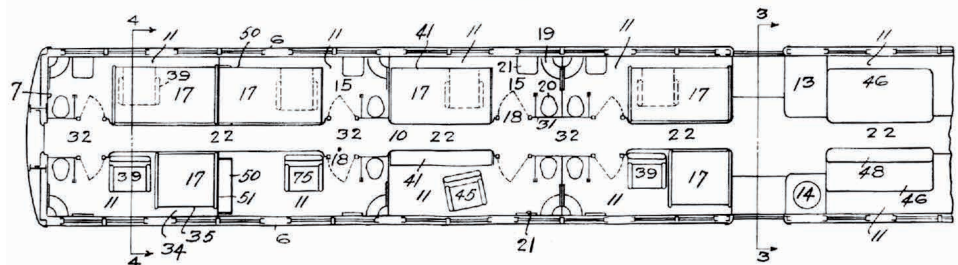
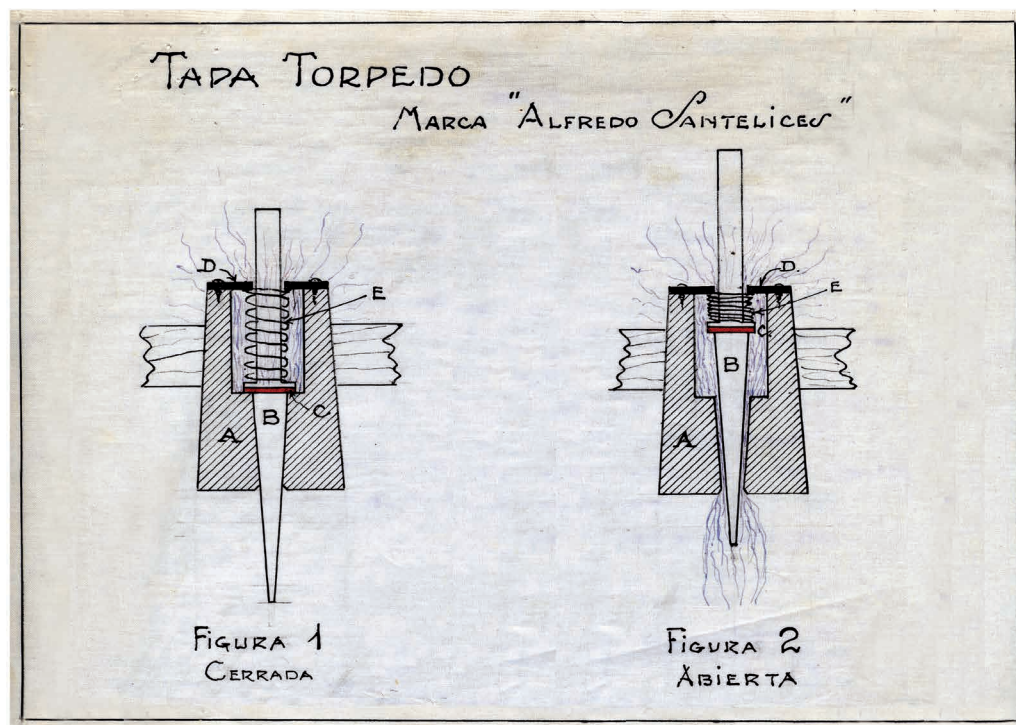


FIG. 2



9. Pinochet Le-Brun, Tancredo; *La conquista de Chile en el siglo XX*. Santiago, Imprenta, Litografía y Encuadernación La Ilustración, 1909, pp. 97-101.



THIRD REGULATIONS OF 1925 AND THE CREATION OF THE OFFICE OF INDUSTRIAL PROPERTY

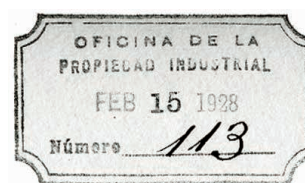
In Chapter III of the Political Constitution of 1925, under the title "Constitutional Guarantees," Article 10, section 11 establishes the following: "The exclusive ownership of any discovery or production for a period determined by law. If its expropriation is required, the author or inventor will be granted the pertinent indemnification." After this Constitution was enacted, a Law on Industrial Property was immediately issued: Decree-Law No. 588, of September 29, 1925, which was published in the Official Journal on October 3 of the same year. This is the first text on Industrial Property that combined Invention Patents, Industrial Models, and Commercial or Industrial Trademarks in a single body. This Decree-Law repealed "the aforementioned legal provisions and delegates the functions relating to industrial property to the Office of Industrial Property, dependent on the Ministry of Agriculture and Industries."

The Decree underwent several changes, making it necessary to issue a new, consolidated and updated text. This text was expressed in Decree-Law No. 958, of June 8, 1931, which stood without major changes until January 25, 1991, when a new Law on Industrial Property

TERCERA NORMATIVA DE 1925 Y CREACIÓN DE LA OFICINA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

En el capítulo III de la Constitución Política de 1925, y bajo el título "Garantías Constitucionales", el inciso 11° del artículo 10, señala lo siguiente: "La propiedad exclusiva de todo descubrimiento o producción por el tiempo que concediere la ley. Si ésta exigiere su expropiación, se dará al autor o inventor la indemnización competente". A partir de la promulgación de esta Constitución, se dicta de inmediato una Ley sobre Propiedad Industrial, el Decreto Ley N° 588, de fecha 29 de septiembre de 1925, que se publicó en el Diario Oficial el 3 de octubre del mismo año, siendo éste el primer texto sobre Propiedad Industrial que comprendió en un solo cuerpo las Patentes de Invención, los Modelos Industriales y las Marcas Comerciales o de Fábrica. Este Decreto Ley deroga "las disposiciones legales señaladas anteriormente y radica las funciones relativas a la propiedad industrial en la Oficina de Propiedad Industrial, dependiente del Ministerio de Agricultura e Industrias".

El Decreto tiene diversas modificaciones, por lo que se hace necesario dictar un nuevo texto refundido y actualizado. Éste se materializa en el Decreto Ley N° 958, de 8 de junio de 1931,



ABOVE, LEFT: patent granted for a torpedo cover mark "Alfredo Santelices", 1928.

ARRIBA, A LA IZQUIERDA: patente concedida para tapa torpedo marca "Alfredo Santelices", 1928.

ABOVE: label of the trademark "Pingüino" for textiles.

ARRIBA: etiqueta de registro para marca de tejidos "Pingüino".

NEXT: Seal of the Industrial Property Office for a patent granted in 1928. SIGUIENTE IMAGEN: sello de la Oficina de la Propiedad Industrial para patente concedida en 1928.



ABOVE: trademark belonging to the Sociedad Cervecerías of Concepción and Talca, 1920.

ARRIBA: marca perteneciente a la Sociedad Cervecerías de Concepción y Talca, 1920.

ABOVE, RIGHT: trademark registered for liquor produced with indigenous herbs from the Province of Arauco, 1924.

ARRIBA, DERECHA: marca registrada para licor elaborado en base a hierbas indígenas de la Provincia de Arauco, 1924.

BELOW, LEFT: trademark by Laboratorio Geka, Factory of Chemical-Pharmaceutical Products, S.A., for "anilines (sic) and natural and artificial colorings," Santiago, 1935.

ABAJO, IZQUIERDA: marca de Laboratorio Geka, Fábrica de productos químicos y farmacéuticos S.A. para "anilinas (sic) y materias colorantes naturales y artificiales", Santiago, 1935.

BOTTOM, RIGHT: Compañía Molinera San Cristóbal, trademark for their rice, Santiago, 1938.

ABAJO, DERECHA: Compañía Molinera San Cristóbal, marca para su arroz, Santiago, 1938.





LEFT: trademark registered for the tonic Yolandina, 1940.
IZQUIERDA: marca registrada para tónico Yolandina, 1940.



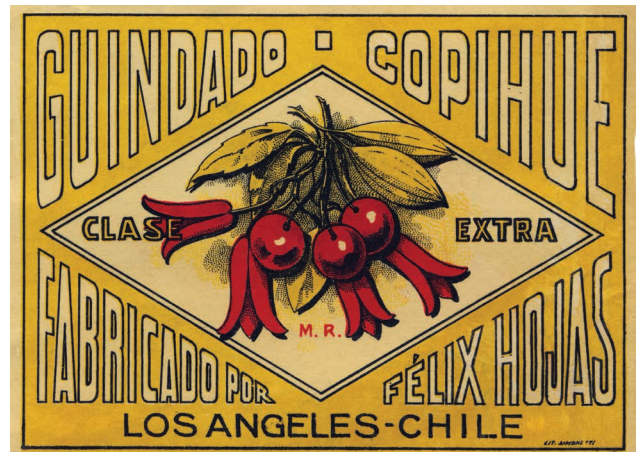
NEXT: cleaning water. Registration by industrialist Tomás M. Giures, Santiago, 1920.
IMAGEN SIGUIENTE: agua para lavar. Registro del industrial Tomás M. Giures, Santiago, 1920.

BELOW, LEFT: trademark by Sociedad Anónima Viña Concha y Toro, 1935.

ABAJO, IZQUIERDA: marca de la Sociedad Anónima Viña Concha y Toro, 1935.

BELOW, RIGHT: trademark by Compañía Chilena de Fósforos, Talca, 1930, and label registered by Félix Hojas, industrialist from Los Angeles, Chile, 1929.

ABAJO DERECHA: marca de la Compañía Chilena de Fósforos, Talca, 1930, y etiqueta inscrita por Félix Hojas, industrial de Los Angeles, 1929.



10. DL 588 de 1925, Artículo 6°, inciso 1°: “Upon demonstration of the novelty and originality of the invention and completion of all other process established in the regulations, all of which must be recorded in the file created for each case by the Director of the Office of Industrial Property, by authority of the Minister of Agriculture and Industry, a well-founded resolution will be issued granting or denying the privilege and ordering, as the case may be, that the inventor be issued the corresponding deed, prior payment of all legally established taxes.”

DL 588 de 1925, Artículo 6° inciso 1°: “Comprobada la novedad y originalidad del invento y cumplidos los demás trámites que el reglamento señale, todo lo cual se hará constar en el expediente que para cada caso se forme el Director de la Oficina de Propiedad Industrial, por delegación del Ministro de Agricultura e Industria, dictará resolución fundada concediendo o denegando el privilegio y disponiendo, según el caso que se estiende al inventor el título respectivo, previo pago del impuesto que esta ley establece.”

11. *Ibid.*, Artículo 18, incisos 2° y 3°: “Annulment of patent inventions for any of the indicated causes will be resolved administratively by the Government, following any reports deemed necessary by the Ministry, and after hearing from the Office of Industrial Property. The decree that establishes such an annulment will bear the signature of the President of the Republic and of the Minister of Agriculture and Industry.”
- Ibid.*, Artículo 18 incisos 2° y 3°: “La nulidad de las patentes de invención por algunas de las causales indicadas se resolverá administrativamente por el Gobierno, previos los informes que el Ministerio estimare convenientes y oyendo a la Oficina de la Propiedad Industrial. El decreto declaratorio de nulidad llevará la firma del Presidente de la República y del Ministro de Agricultura e Industria.”

was published in the Official Journal. This law created the Office of Industrial Property, dependent on the Ministry of Agriculture and Industry, and established the procedures for registering trademarks, patents and industrial models, and for determining annulments. Several requirements are established, including treating trademarks and patents independently. With respect to patents,¹⁰ it establishes that the resolution that grants a patent must be well-founded; and, where appropriate, that the respective tax must be paid. Patent annulments must also be resolved administratively through a decree signed by the President of the Republic and the Minister of Agriculture and Industry.¹¹ There is no norm specifying any type of requirement for such resolutions. And although there is a dispute process, it does not equate the resolution of the conflict to procedural law, but leaves it in the administrative sphere, without establishing the relationship between the decree that determines an annulment and a judgment. As far as trademarks, it establishes that the signature of the Director of the Office is required before granting them. Annulments and all claims relating to transfers or any other issue involving the Office are also covered. It establishes that the ruling must be well-founded.¹²

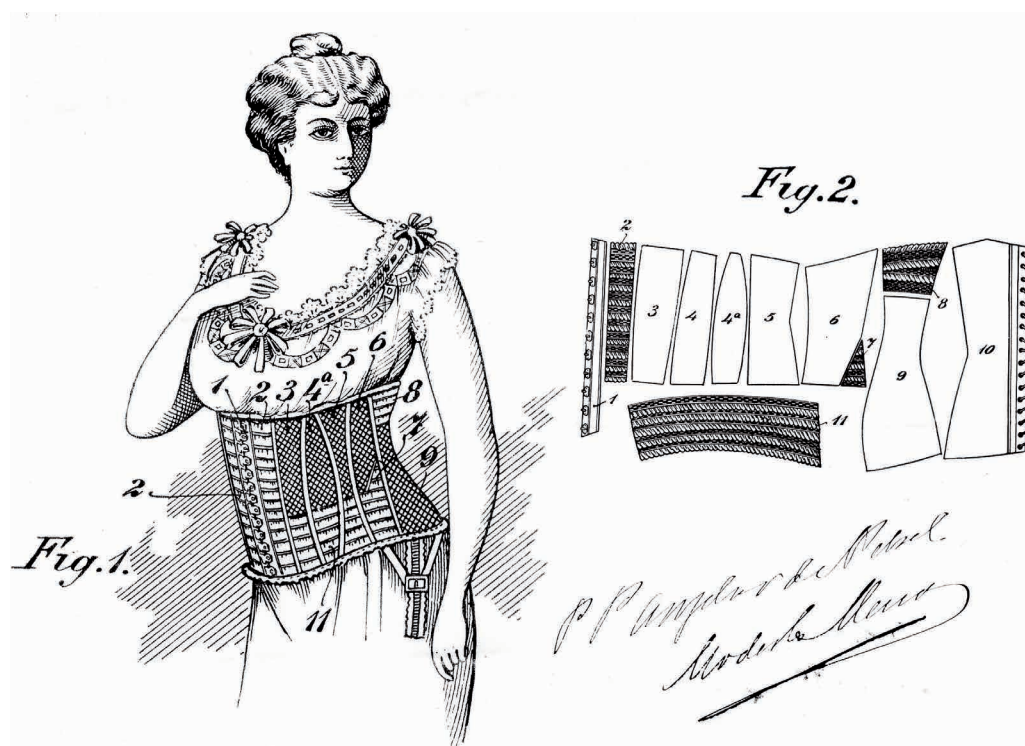
THE GLOBAL ECONOMIC DEPRESSION OF 1929: THE END OF THE EXPORT MODEL

Initially, World War I had a favorable effect on Chilean industry, increasing saltpeter prices and making imports more expensive. However, the end of the war revealed the strong dependence of the national economy, as nitrate prices suddenly dropped due to the closing of international markets; this situation was aggravated by the global economic crisis of 1929. The emergence of this adverse scenario then led to the collapse of the “outward-oriented” economic development model, based on exporting natural resources in the context of free market policies.¹³ For this reason, it was necessary to turn to State intervention in order to urgently transform the public sector into a productive agent, consolidating the transition from the export model to policies of “Import Substitution Industrialization” (ISI).¹⁴ This new context

que rige sin mayores modificaciones hasta el 25 de enero de 1991, en que se publica en el Diario Oficial una nueva Ley de Propiedad Industrial. Esta norma crea la Oficina de Propiedad Industrial dependiente del Ministerio de Agricultura e Industria, y establece los procedimientos de registro de marcas, patentes y modelos industriales, y los juicios de nulidad. Se establecen diversos requisitos, tratando en forma separada a las marcas y patentes. En relación a las patentes¹⁰ establece que la resolución que otorgue una patente deberá ser fundada; y, si corresponde, disponer el pago del impuesto respectivo. La nulidad de una patente se resolverá también administrativamente, por un decreto firmado por el Presidente de la República y el Ministro de Agricultura e Industria.¹¹ No existe una norma en que se especifique algún requisito para esta resolución. Y si bien existe una contienda, no asemeja la resolución del conflicto al derecho procesal sino que lo deja en el ámbito administrativo, sin esbozar la relación del decreto declaratorio de nulidad con una sentencia. En cuanto a las marcas, establece como necesaria la firma del Director de la Oficina para otorgarlas. También se trata la nulidad y cualquier reclamación relativa a las transferencias o cualquier otra cuestión relacionada con la Oficina. Se establece que el fallo deberá ser fundado.¹²

LA DEPRESIÓN ECONÓMICA MUNDIAL DE 1929: EL FIN DEL MODELO EXPORTADOR

Inicialmente, la Primera Guerra Mundial había tenido un efecto favorable sobre la industria chilena, al elevar los precios del salitre y encarecer las importaciones. Sin embargo, el fin del conflicto bélico evidenció la fuerte dependencia de la economía nacional al caer abruptamente los precios del nitrato producto del cierre de los mercados internacionales, situación que se vio agudizada por la crisis económica mundial de 1929. La emergencia de este adverso panorama produjo entonces el colapso del modelo económico de “desarrollo hacia afuera”, basado en la exportación de recursos naturales en el contexto de políticas de libre mercado.¹³ Para ello, fue necesario recurrir a la intervención estatal con la urgencia de transformar al sector público en un agente productivo, consolidando la transición del



required adopting the “inward-oriented” economic development model, in response to the need to insert Chile into the new conditions of the world economy, which endured well into the post-war period. With respect to the fragility of the Chilean economy as it faced the adverse scenario that lied ahead, economist Dominique Hachette wrote:

“Seen from a broader perspective, the Chilean economy suffered from what is known as “the Dutch illness.” This syndrome is produced by the strong comparative advantages of a country in a particular export product, which makes it difficult to develop other sectors with weaker or nonexistent advantages. Generally, abundant exports of a single product reduce the price of foreign currency and make importing goods more attractive than manufacturing them within the country.”¹⁵

Despite the strong economic crisis that was beginning to spread across the planet, and the fact that our country suffered its most evident effects as the 1930s began, it is interesting that in 1929 the Federation of Chilean Industry had to answer over one thousand letters from “industrialists requesting information on manufacturing procedures; addresses of machinery and tool manufacturers; domestic and foreign producers of raw materials; application

modelo exportador a las políticas de “Industrialización por Sustitución de Importaciones” ISI.¹⁴ Este nuevo escenario significó la adopción del modelo económico de “desarrollo hacia adentro”, el cual respondió a la necesidad de insertarse en las nuevas condiciones de la economía mundial que se extendieron hasta bien avanzado el período de posguerra. Respecto a la fragilidad de la economía chilena frente el panorama adverso que se aproximaba, el economista Dominique Hachette señala:

“Apreciada desde una perspectiva más amplia, la economía chilena sufría lo que se conoce como enfermedad holandesa. Síndrome que resulta de las fuertes ventajas comparativas de un país en un producto particular que se exporta, situación que hace difícil el desarrollo de otros sectores cuyas ventajas son menores o nulas. En general, la exportación abundante de un producto reduce el precio de la moneda extranjera y hace más atractiva la importación de bienes que su producción dentro del país”.¹⁵

A pesar de la fuerte crisis económica que se iniciaba en todo el orbe y que en nuestro país tuvo sus efectos más claros a partir de los años treinta, llama la atención que en 1929 la Sociedad de Fomento Fabril debiera responder más de mil cartas en las cuales “los industriales solicitaban informaciones sobre procedimientos de

LEFT: patent granted to Angela Villemul for an orthopedic girdle, 1908.

IZQUIERDA: patente para faja ortopédica concedida a Angela Villemul, 1908.

12. Ibid, Artículo 32º: “Any complaint regarding the annulment of registered trademarks, their transfer, or other issues related to this public service, must be submitted to the Director of the Office of Industrial Property, who will hear the interested party, and a ruling will be issued by the Attorney-Consultant in accordance with the formalities established for such cases in the Regulations of the Office. The Director’s verdict must be well-founded and there will be no further appeal.”

Ibid, Artículo 32: “Cualquiera reclamación sobre nulidad de marcas registradas, sobre sus transferencias u otras cuestiones relacionadas con este servicio público, se tramitará ante el Director de la Oficina de la Propiedad Industrial, oyendo a la parte interesada, con dictámen del Abogado-Consultor y ajustándose a las formalidades que para el caso se indicarán en el Reglamento de la Oficina. El fallo del Director será fundado y sin ulterior recurso.”

13. Economic principle according to which the State must “let do” and intervene as little as possible in the development of the national economy.

Principio económico según el cual, el Estado debe “dejar hacer” e intervenir lo menos posible en el desarrollo de la economía nacional.

14. Import Substitution Industrialization (ISI) was an economic policy that proposed the substitution of imported products with manufactured goods of local origin, in order to maximize exports and increase national wealth.

15. Hachette, Dominique; “La economía chilena durante el siglo XX.” In: *Chile: Historia y Presente. Una visión interdisciplinaria*, Alfredo Riquelme Segovia (editor). Santiago, Vicerrectoría Académica, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1996, p. 77.



ABOVE: trademark for cream cheese by Establecimientos Puffe, Sociedad Ltda., Yumbel, 1938.

ARRIBA: marca de queso crema de Establecimientos Puffe, Sociedad Ltda., Yumbel, 1938.

RIGHT: trademark registered by industrialists Stvehrel y Cía., residents of Concepción, 1924.

DERECHA: Marca inscrita por los industriales Stvehrel y Cía., residentes en Concepción, 1924.

RIGHT PAGE: tailoring apparatus called "Maiámetro" patented by Jorge Maia in 1905.

PÁGINA DERECHA: patente para aparato de sastrería denominado "Maiámetro" registrado por Jorge Maia en 1905.



of industrial and social laws; statistical data on production, imports and exports; taxes; etc.;¹⁶ and in May 1930, explicitly referring to the Great Depression, SOFOFA declared:

"If, during the first semester of this year, our export capacity has decreased by 37% compared to 1929, we must reduce our consumption abroad by an equivalent sum to maintain the balance between our production and consumption: we need to replace the consumption of foreign goods with national products."

In order to compensate the lower production of saltpeter and copper, and also to help the employees and workers who may lose their jobs in these two export industries find new work, it is naturally necessary to adopt the following measures:

- a) Restrict the consumption of foreign goods to those that are absolutely essential;
- b) Replace the foreign goods that we intern with similar products of our national industry;
- c) Eliminate, in some cases, and lower in others, the internment duties currently for the raw materials used by our industry, in order to transform them into manufactured products;
- d) Give preference to the products of national industry in the procurement of the State,

fabricación; dirección de fabricantes de máquinas y herramientas; productores de materias primas del país y del extranjero; aplicación de leyes industriales y de carácter social; datos estadísticos de producción, de importación y de exportación; impuestos; etc.;¹⁶ y refiriéndose ya de manera explícita a la Gran Depresión, la SOFOFA señalaba en mayo de 1930:

"Si nuestra capacidad de exportación ha disminuido en el primer semestre del presente año en un 37% con respecto a la del año 1929, necesitamos reducir nuestros consumos en el extranjero en una suma equivalente para mantener el equilibrio entre nuestra producción y el consumo: necesitamos reemplazar los consumos de mercaderías extranjeras por productos nacionales.

Para compensar la menor producción de salitre y de cobre y también para dar colocación al personal de empleados y operarios que pueden quedar cesantes en estas dos industrias de exportación, es menester adoptar desde luego las siguientes medidas:

- a) Restringir los consumos de mercaderías extranjeras a aquellas que fueren absolutamente indispensables;
- b) Reemplazar las mercaderías que internamos desde el extranjero por los productos similares de la industria nacional;

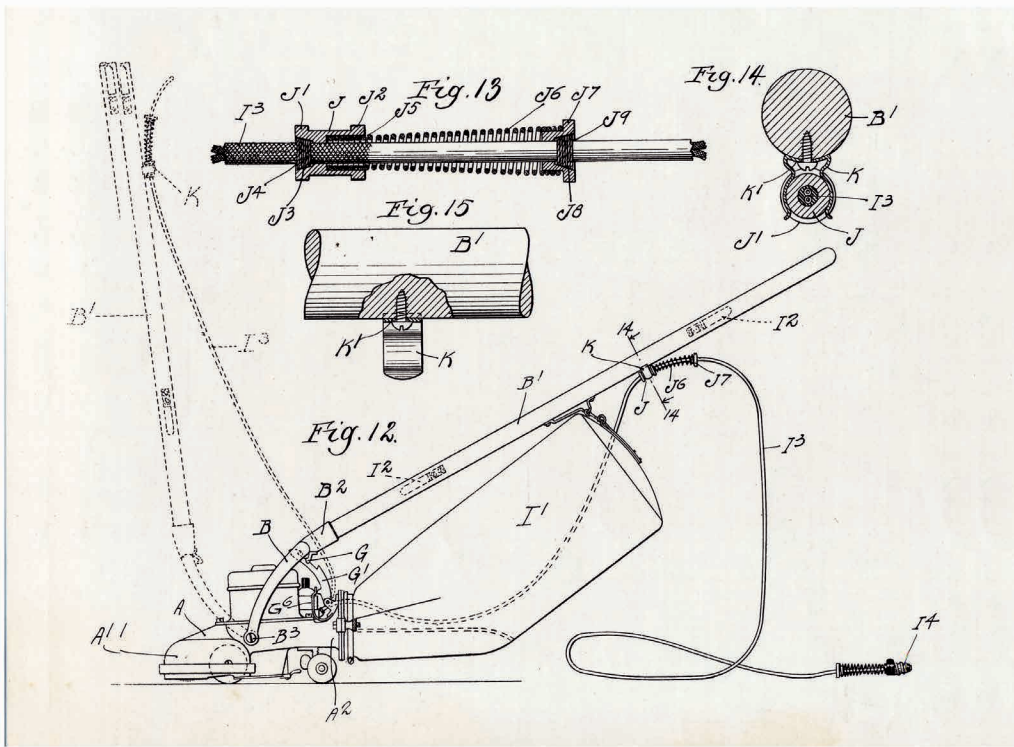
16. Barrera, Manuel, Sergio Ceppi, Lucy Ercilla, Enrique Sanhueza y Claudio Vila; *Chile, 100 Años de Industria (1883-1983)*. Santiago, Sociedad de Fomento Fabril, 1983, p. 114.



«
Rueda Universal »
(Enteramente metálica)
para Carretas i Carretones.
Escala aproximada = $\frac{1}{15}$



Santiago, 4 de Setiembre de 1906.



LEFT PAGE: patent for a Universal Wheel "especially designed for carts and wagons that travel on rocky roads and must support considerable weight," granted to Honorato Farías in 1906.

PÁGINA IZQUIERDA: patente de Rueda Universal "especialmente destinada a las carretas y carretones que trafican por terrenos rocallosos y que deben soportar pesos de consideración", otorgada a Honorato Farías en 1906.

LEFT: patent for a suction apparatus, Hoover Company, 1921.

IZQUIERDA: patente de aparato de succión Hoover, 1921.

BELOW, LEFT: textile importer's trademark, 1930.

ABAJÓ, IZQUIERDA: registro de marca de importadora de géneros, 1930.

BOTTOM: label and trademark for the nutritious food product "Algamar", elaborated from Cochayuyo seaweed 1938.

AL FINAL: etiqueta y marca de producto alimentario nutritivo "Algamar", elaborado en base a Cochayuyo, 1938.

the Municipalities, the Railroads and Charities, granting these a 10% price margin; and

e) Not increase the current prices of national products except in very well-justified cases.¹⁷

Around 1930, purchases made by Chileans were influenced first by their low price and then by the name of the company. Similarly, brand names in foreign languages successfully became goods for mass consumption,¹⁸ abandoning the previous trend of French names.

c) Liberar, en unos casos, y rebajar, en otros, los derechos de internación que hoy pagan las materias primas que utiliza nuestra industria, para transformarlas en productos elaborados;

d) Otorgar la preferencia a los productos de la industria nacional en los consumos del Estado, de las Municipalidades, de los Ferrocarriles y de la Beneficencia, concediéndoles un margen diez por ciento en los precios; y

e) No elevar los precios actuales de los productos nacionales sino en casos que sean muy justificados".¹⁷

Hacia 1930, las compras realizadas por los chilenos estuvieron primero influenciadas por el bajo precio y luego por el nombre de la firma. Asimismo, marcas en idiomas extranjeros irrumpieron con éxito en artículos de consumo masivo,¹⁸ abandonando la tendencia anterior a los nombres en francés.



17. *Boletín, Sociedad de Fomento Fabril*, año XLVII N° 5, mayo 1930.

18. Among others, we can mention: Frigidaire, Philco, Trotter (refrigerators); Remington, Underwood (typewriters); Maggi, Nestlé, Knorr (food); Elizabeth Arden, Revlon, Williams (beauty products), and Le Sancy, Odontine, Omo, Rinso (hygiene and cleaning products).

Entre otras, podemos mencionar: Frigidaire, Philco, Trotter (refrigeradores); Remington, Underwood (máquinas de escribir); Maggi, Nestlé, Knorr (alimentos); Elizabeth Arden, Revlon, Williams (belleza), y Le Sancy, Odontine, Omo, Rinso (higiene, limpieza).



ABOVE: trademark "Útil a ti mismo y a la humanidad" (Useful to yourself and mankind), registered in 1938.

ARRIBA: marca "Útil a ti mismo y a la humanidad", registrada en 1938.

BELOW: trademark registered by the Sociedad Comercial Industrial Lechera Miraflores, Santiago, 1930. ABAJO: marca registrada por la Sociedad Comercial Industrial Lechera Miraflores, Santiago, 1930.

RIGHT PAGE: drawing of a container for transporting eggs, presented by Eudolio Rómulo Lepez in 1925. This is the first industrial model registered in Chile.

PÁGINA DERECHA: dibujo de un envase para transportar huevos presentado por Eudolio Rómulo Lepez en 1925. Se trata del primer modelo industrial registrado en Chile.

19. The entity preceding the United Nations (UN).
Entidad antecesora de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
20. Meller, Patricio; *Un siglo de economía política chilena (1891-1990)*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 2007, p. 26.

IMPORT SUBSTITUTION INDUSTRIALIZATION (ISI)

In 1933, a report issued by the League of Nations¹⁹ stated that one of the countries most affected by the crisis caused by the Great Depression was precisely Chile, which had built a relative economic prosperity in the transition from the 19th to the 20th century, first through the exploitation of saltpeter and later of copper. However, its dependence on external economic agents, England in the first case and U.S. in the second, meant that, because of the scarcity of capital goods and native technology to carry out mining operations, the Chilean State was limited to exporting raw materials and collecting taxes from other countries, which led the country to a dangerous level of confidence in the State. In the words of economist Patricio Meller:

"The abundance of tax income generated by the export boom undermined the government's fiscal discipline; financial restrictions were no longer compulsory... funds obtained by taxing foreigners... were used to increase (public) spending."²⁰

It was precisely the dictatorship of Carlos Ibáñez that, during the years prior to the worldwide global financial collapse, had launched a strong modernization of the public administration, considerably expanding the number of people who worked in these services, while also allocating many resources during this period to the construction of numerous works for official agencies, health care or education. Thus, the country reached the 1930s in an extremely vulnerable situation, a scenario that was described as follows by the

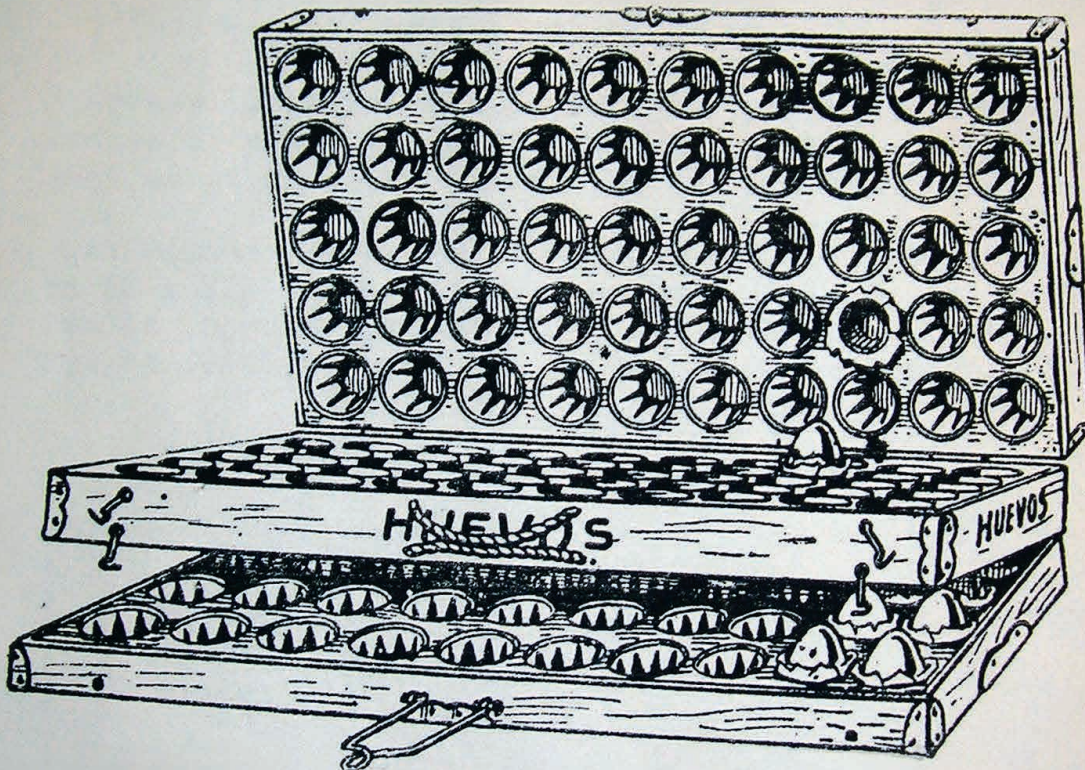
INDUSTRIALIZACIÓN POR SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES (ISI)

En el informe emitido por la Liga de las Naciones¹⁹ en 1933 se señalaba que uno de los países más afectados por la crisis originada a partir de la Gran Depresión fue justamente Chile, que había logrado construir una prosperidad económica relativa en la transición de los siglos XIX-XX, primero a partir de la explotación del salitre y posteriormente del cobre. Sin embargo, la dependencia de agentes económicos externos, ingleses en el primer caso y estadounidenses en el segundo, significó que ante la escasez de bienes de capital y tecnología propia para llevar adelante la explotación minera, el Estado chileno se limitara a la exportación de materias primas y a cosechar ganancias tributarias por parte de otros países, lo que se tradujo en una peligrosa confianza estatal. En palabras del economista Patricio Meller:

"La abundancia de los ingresos tributarios generados por el boom exportador erosiona la disciplina fiscal del gobierno; las restricciones financieras ya no son forzosas... fondos obtenidos mediante la tributación de los extranjeros... se utilizan para aumentar el gasto (público)".²⁰

Justamente, la dictadura de Carlos Ibáñez se había comprometido durante los años previos al colapso financiero mundial a una fuerte modernización de la administración pública, aumentando de manera considerable el número de personas que trabajaban en estos servicios, al tiempo que se destinaron muchos recursos a la construcción de numerosas obras de la época en el ámbito de los organismos oficiales, la salud o la educación. Así, el país





Diseño del envase para transportar huevos de la solicitud de
MODELO INDUSTRIAL presentado por don Eudolio Rómulo Lpez.

Santiago 8 de Julio de 1925.

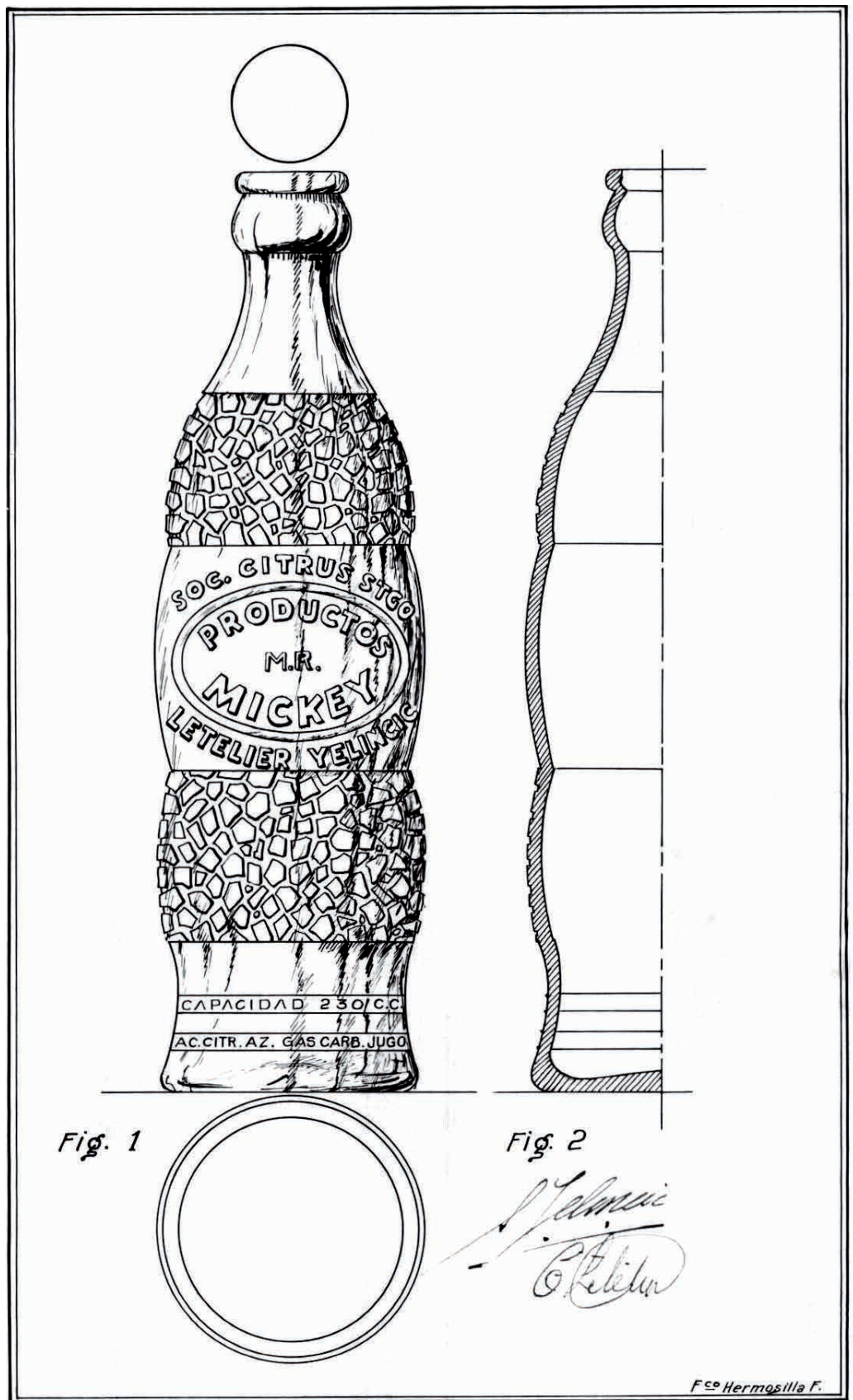
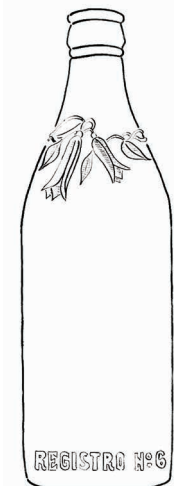
E. Lpez

RIGHT: industrial model patent granted to Claudina Letelier Fuenzalida and Simón Yelincic Sapunar (Chile), for their model of a glass container for carbonated beverages for their Mickey brand, granted in 1944.

DERECHA: patente de modelo industrial otorgada a Claudina Letelier Fuenzalida y Simón Yelincic Sapunar (Chile), para su modelo de envase de vidrio para bebidas gaseosas para su marca Mickey, otorgada en 1944.

BELOW: industrial model patent for a glass bottle for mineral water, granted to Sociedad Anónima Baños y Aguas Minerales Cachantún, Valparaíso, 1944.

ABAJO: patente de modelo industrial de botella de vidrio para envasar agua mineral concedida a la Sociedad Anónima Baños y Aguas Minerales Cachantún, Valparaíso, 1944.





ABOVE: graphic brand identifier for cigarettes Panizo, 1922.

ARRIBA: identificador gráfico de marca de cigarrillos Panizo, 1922.

LEFT: packaging and trademark for Vaccaro & Co. cigarettes, 1920.

IZQUIERDA: envase y marca de fábrica de cigarrillos Vaccaro y Cía, 1920.

BELOW: trademark registered by César León Garcés in 1922.

ABAJO: marca registrada por César León Garcés en 1922.

Chilean Development Agency (CORFO) some years later:

“Shutdown of markets, general stagnation of trade, control of foreign currencies, reduction of internal and external credit, worker unemployment, devaluation of currency and decrease of the purchasing power of the population. Many national activities were deeply affected by this crisis –especially Mining and Agriculture, which were based on exports– and this once again prevented the country from satisfying its demand for imported manufactured goods because of a lack of means of payment abroad.”²¹

Until the late 1920s, national industry presented a trend towards the production of goods for basic consumption and a strong dependence on export products, as well as foreign capitals and technology.²² In order to face the repercussions of the crisis, countries in the region sought out alternatives to their excessive foreign dependence, which led to an active role of the State in the direction of national development and its support for the productive sectors that were capable of supplying the local market:

“The impact of the Great Depression on the Chilean economy in the 1930s was so severe that it completely modified the pattern of

llegaba en una situación extremadamente vulnerable a la década de 1930, panorama que era descrito de la siguiente forma por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), algunos años después:

“Cierre de mercados, estagnación general del comercio, control de cambios internacionales, reducción del crédito interno y externo, cesantía de trabajadores, desvalorización de la moneda y disminución del poder comprador de la población. Muchas actividades nacionales se vieron profundamente afectadas por esta crisis, principalmente la Minería y la Agricultura, que estaban basadas en la exportación, lo que restó al país nuevamente la posibilidad de abastecerse de manufacturas importadas por falta de medios de pago al exterior.”²¹

Hasta fines de los años veinte, la industria nacional presentaba una tendencia a la producción de bienes de consumo básico y una fuerte dependencia de los productos de exportación, así también de capitales y tecnología extranjera.²² Frente a las repercusiones de la crisis, los distintos países de la región buscaron alternativas a la excesiva dependencia externa, lo que se tradujo en el protagonismo del Estado en la conducción del desarrollo nacional y en el impulso a los sectores productivos capaces de abastecer al medio local:



21. *Corporación de Fomento de la Producción; Plan de Fomento Industrial*. Santiago, Imprenta Universo, 1939, p. 3.

22. Salazar, Gabriel y Julio Pinto; *Historia contemporánea de Chile III. La economía: mercados, empresarios y trabajadores*, Volumen 3. Santiago, LOM Ediciones, 2002, p. 142.



ON THIS PAGE: trademark registered for Camarada, 1939, and packaging and trademark for Leche del Harem, Valparaíso, 1929.

EN ESTA PÁGINA: marca registrada para Camarada, 1939, y envase y marca registrada para Leche del Harem, Valparaíso, 1929.





LEFT: packaging and trademark for toothpaste Eutimol, 1935.

IZQUIERDA: envase y registro de marca para pasta dentífrica Eutimol, 1935.

BELOW: trademark Nutrinol, 1938. ABAJO: marca Nutrinol 1938.





ABOVE: trademark of toothpaste registered in 1929, Santiago.
ARRIBA: marca de pasta dentífrica registrada en 1929, Santiago.

BELOW: trademark Chinchilla Hat, Chillán, 1922.
ABAJO: marca registrada Chinchilla Hat, Chillán, 1922.

development: ‘inward-oriented development’ replaced ‘outward-oriented development.’ Industrialization began to be considered the formula for developing the national economy, as it became the driving force for growth, and industrialization based on import substitution (ISI) marked the first stage of this new development process.”²³

Thus, Import Substitution Industrialization would be one of the main slogans of the years of “inward-oriented development,” and the scarcity of imported products that characterized the period between the Great Depression and World War II produced an unprecedented scenario for national industry, where the new dynamic of the internal market would be focused on two main objectives: economic independence from the large international markets and the reduction of external vulnerability.²⁴

Among its initial premises, the implementation of ISI policies in our country included a severe governmental control of the foreign sector economy, the demand for high tariffs on imported products –which led to protectionism of national industry– and the incentive for manufacturing production, through access to inexpensive credits and government support for investments in infrastructure. This opened up two stages: the first, which lasted from 1938 until 1954, of “easy import substitution,” in the sense that the main factor promoting growth was the internal demand for manufactured goods;²⁵ and the second, with structural reforms between 1954 and 1973, normally called the “difficult import substitution,” which attempted to reduce the dependence on imported supplies and increase economic efficiency, as technological development became increasingly more important than industrial development itself.



Nahum Rosewell

“El impacto de la Gran Depresión de los años 30 sobre la economía chilena fue tan severo que produjo un cambio completo en el patrón de desarrollo: el ‘desarrollo orientado hacia adentro’ reemplazó al ‘desarrollo orientado hacia afuera’. La industrialización pasó a ser considerada la fórmula para desarrollar la economía nacional, transformándose en el motor del crecimiento, y la industrialización basada en la sustitución de importaciones (ISI) marcó la primera etapa de este nuevo proceso de desarrollo.”²³

Así, la Industrialización por Sustitución de Importaciones, sería una de las principales consignas de los años del “desarrollo hacia adentro”, y frente a la escasez de productos importados que caracterizó al período situado entre la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial, se produjo un inédito escenario para la industria nacional, donde la nueva dinámica del mercado interno se orientaría principalmente hacia dos objetivos: autonomía económica respecto a los grandes mercados mundiales y reducción de la vulnerabilidad externa.²⁴

La implementación de las políticas ISI en nuestro país contempló entre sus premisas iniciales un severo control estatal a la economía del sector externo, la exigencia de altos aranceles a los productos importados –que derivó en el proteccionismo a la industria nacional– y el incentivo a la producción manufacturera, mediante el acceso a créditos baratos y al apoyo estatal para invertir en infraestructura. Lo anterior, significó el advenimiento de dos etapas: la primera, que se extendió de 1938 a 1954, de “sustitución fácil de importaciones” en el sentido que el principal factor que impulsó el crecimiento fue la demanda interna por bienes manufacturados;²⁵ y la segunda, de reformas estructurales entre 1954 y 1973, denominada habitualmente de “sustitución difícil de importaciones”, que intentó aminorar la dependencia de los insumos importados e incrementar la eficiencia económica, al tiempo que el desarrollo tecnológico se volvió cada vez más importante que el desarrollo industrial en sí mismo.

23. Meller, Patricio; op. cit., p. 48.

24. Ibid. p. 50.

25. Referring to the availability of manufactured products in the internal Chilean market, between 1925 and 1929, ECLA, in its 1949 Economic Study of Latin America, said: “50% of the goods available on the market were imported, and this percentage fell to 26% between 1945 and 1949, mainly due to development.” In: Barrera, Manuel, Sergio Ceppi, Lucy Ercilla, Enrique Sanhueza y Claudio Vila; op. cit., p. 200.

Cuando se refiere a la disponibilidad de productos manufacturados en el mercado interno chileno, entre 1925 y 1929, la CEPAL, en su Estudio Económico de América Latina de 1949, señala: “El 50 por ciento de los bienes disponibles en el mercado eran importados, bajando este porcentaje al 26 por ciento entre 1945 y 1949, principalmente a causa del desarrollo industrial”. En: Barrera, Manuel, Sergio Ceppi, Lucy Ercilla, Enrique Sanhueza y Claudio Vila; op. cit., p. 200.

FOURTH REGULATIONS OF 1931

CUARTA NORMATIVA DE 1931

In June 1931, one month before the financial collapse and the public revolt that ended the first Administration of Carlos Ibáñez, a new law was passed to regulate Industrial Property, expressed in Decree-Law No. 958. This law combined in a single text the provisions of Decree-Law No. 588 of September 29, 1925 and those established under Law No. 291 of May 20, 1931.

In Article 1, the new decree established that “the industrial property services governed by this law, include invention patents, commercial trademarks and industrial models.”²⁶ With respect to commercial trademarks, it determined that these included “all special signs and characters that serve to distinguish the products of an industry, the objects of a business or any company... The trademark may consist of a word, expression or trading phrase, or any figure, letter, monogram, stamp, seal, vignette, band, emblem, figure, photograph or drawing; or a combination of these various signs of a certain original nature.”²⁷ With respect to industrial models, it established that this category included “all new physical forms, whether combined or not, with their colors, and all objects or tools for industrial, commercial or domestic use that may serve as models for the reproduction or manufacture of others, and that differ from similar ones, whether in their form, configuration or distinct ornamentation that give them a certain original nature, or by one or more external effects that give them their own unique aspect.”²⁸ As far as invention patents, the new regulations established that this category was granted “exclusively to true inventions, in other words, to the creation of something real that did not previously exist, and that must have specific industrial characteristics.”²⁹

En junio de 1931 y un mes antes de la debacle financiera y la revuelta pública que puso fin al primer Gobierno de Carlos Ibáñez, se estableció una nueva legislación para regular la Propiedad Industrial, que tuvo su expresión en el Decreto Ley N° 958. Esta normativa reunió en un solo texto las disposiciones provenientes del Decreto Ley N° 588 del 29 de septiembre de 1925 y las establecidas por el Decreto con Fuerza de Ley N° 291 del 20 de mayo de 1931.

En su artículo 1º, el nuevo decreto establecía que “Los servicios de la propiedad industrial de que trata esta ley, comprenden las patentes de invención, las marcas comerciales y los modelos industriales”.²⁶ Sobre las marcas comerciales, señalaba que éstas comprendían “todo signo especial y característico que sirva para distinguir los productos de una industria, los objetos de un comercio o una empresa cualquiera... La marca puede consistir en una palabra, locución o frase de fantasía, en una cifra, letra, monograma, timbre, sello, viñeta, franja, emblema, figura, fotografía o dibujo cualquiera; o en una combinación de estos diversos signos con cierto carácter de novedad”.²⁷ Respecto a los modelos industriales, establecía que esta categoría abarcaba “toda forma plástica nueva combinada o no, con colores, y todo objeto o utensilio de uso industrial, comercial o doméstico que pueda servir de tipo para la reproducción o fabricación de otros, y que se diferencie de sus similares, sea por su forma, configuración u ornamentación distinta que le confiere cierto carácter de novedad, sea por uno o más efectos exteriores que le den una fisonomía propia y nueva.”²⁸ En cuanto a las patentes de invención, la nueva normativa señalaba que esta categoría se otorgaba “exclusivamente a las verdaderas invenciones, o sea, a la creación de algo real que antes no existía, y debe tener un carácter industrial definido”.²⁹



ABOVE: trademark registered by shoe merchant Julián Mingo Bilbao, Santiago, 1939.

ARRIBA: marca inscrita por el comerciante de calzado Julián Mingo Bilbao, Santiago, 1939.

BELOW: trademark for a drug for the respiratory tract, Laboratorio Chile S.A., Santiago, 1935.

ABAJO: marca comercial de medicamento para el tracto respiratorio, Laboratorio Chile S.A., Santiago, 1935.

BOTTOM: label for paints Frescol, Viña del Mar, 1935.

AL FINAL: etiqueta de pinturas Frescol, Viña del Mar, 1935.



26. DL N° 958, sobre Propiedad Industrial, June 8, 1931. This document was published in the Official Journal on July 27, 1931.
 DL N° 958, sobre Propiedad Industrial, June 8, 1931. This document was published in the Official Journal on July 27, 1931.

27. Ibid.
 28. Ibid.
 29. Ibid.



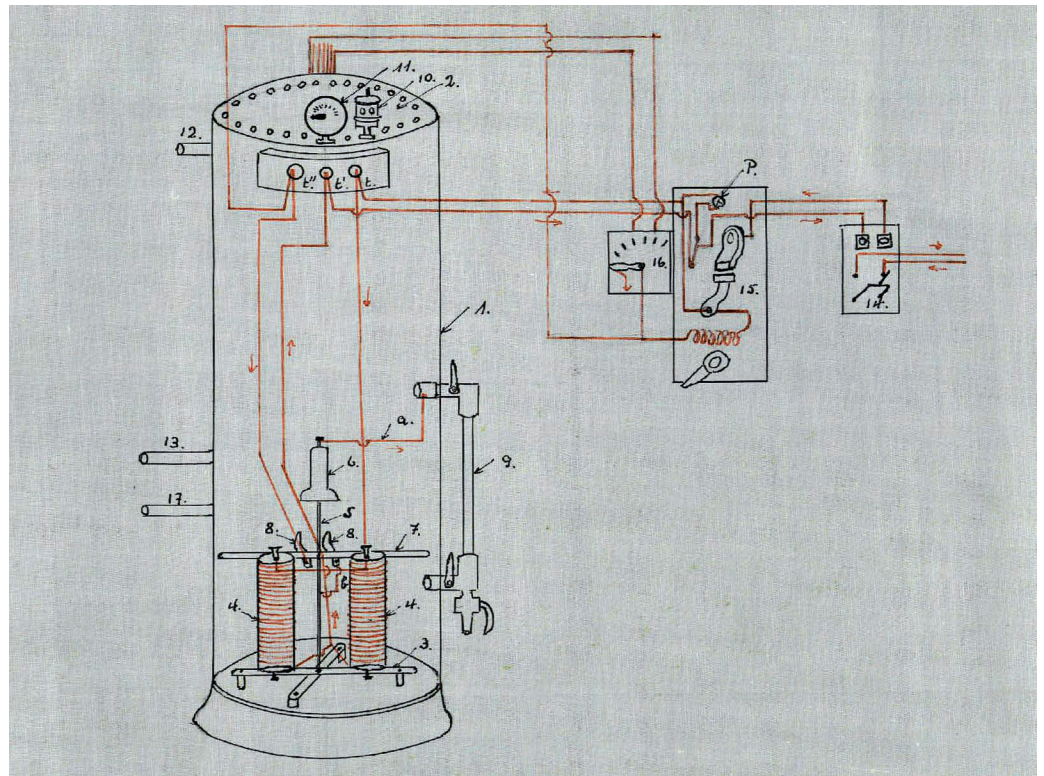
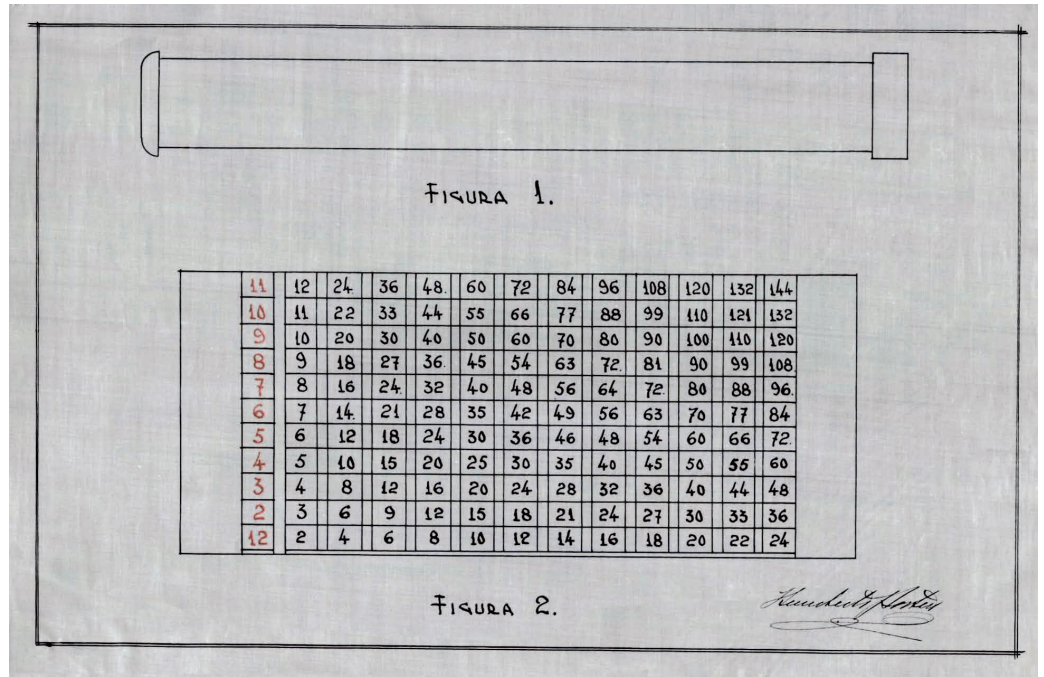
ABOVE: trademark for crushed wheat sacks, Ferrer Brothers Company, 1940. ARRIBA: marca registrada para sacos de trigo majado de la empresa Ferrer Hermanos, 1940.

NEXT: multiplication table "for faster and easier school learning." Invention by Humberto Portus Aguila (Chile), whose patent was granted in 1937.

A CONTINUACIÓN: tabla de multiplicación "para su más fácil y rápido aprendizaje escolar". Invento de Humberto Portus Aguila (Chile), cuya patente fue otorgada en 1937.

RIGHT: patent granted to Larios and Figueroa Ltda, inventor company of an electric heater and evaporator pressure apparatus for household use, 1936.

DERECHA: patente concedida a Larios y Figueroa Ltda., empresa inventora de un aparato calentador y evaporizador eléctrico a presión, para uso doméstico, 1936.



THE DEPARTMENT OF MANUFACTURING INDUSTRIES: THE PRECURSOR OFFICE

Decree-Law No. 958 established that industrial property services “would be managed by a public agency called the Department of Manufacturing Industries, dependent on the Ministry of Development.”³⁰ The Department would provide the services of application and registration, and the Ministry of Development would have the power to grant or deny invention patents, and to issue the corresponding deeds or diplomas.

In 1942, after a re-design of the Chilean public administration,³¹ the Ministry of Development became the Ministry of Economy and Trade, and the Department of Manufacturing Industries remained within the new entity. In 1953, a new re-organization created the Ministry of Economy,³² which included the Subsecretariat of Trade and Industries, consisting of four Departments. One of these, the Department of Industries, had five units, two of which were the Office of Invention Patents and the Office of Trademarks. It was determined that the former would be responsible for “the intervention corresponding to the Department of Industries in the application of the Law on Industrial Property, in regard to Invention Patents and Industrial Models,”³³ while the latter would deal with everything “involving commercial trademarks.”³⁴

In 1960, after a new public administration reform, the Ministry of Economy and Trade was renamed the Ministry of Economy, Development and Reconstruction, as Decree-Law No. 242 created the Direction of Industry and Trade (DIRINCO), which succeeded the Superintendence of Supply and Prices, formerly the General Commissariat of Subsistence and Prices, and preceded the current National Consumer Service (SERNAC). DIRINCO was charged with supervising the application of laws relating to Industrial Property; however, the Ministry of Economy, Development and Reconstruction maintained the power to authorize, deny and annul invention patents and to grant deeds or diplomas.

Law No. 15.560 authorized the Director of Industry and Trade to organize Departments and other units within the agency under his supervision, and Resolution No. 299 was issued

EL DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS FABRILES: LA OFICINA PRECURSORA

El Decreto Ley N° 958 establecía que los servicios de la propiedad industrial “serán atendidos por una repartición pública que se denominará Departamento de Industrias Fabriles, dependiente del Ministerio de Fomento”.³⁰ El Departamento, se haría cargo de los servicios de solicitud, inscripción o registro, quedando bajo la responsabilidad del Ministerio de Fomento la facultad de conceder o denegar patentes de invención, y otorgar los títulos o diplomas correspondientes.

En 1942, y tras una reestructuración de la administración pública chilena,³¹ el Ministerio de Fomento se transformó en el Ministerio de Economía y Comercio, quedando el Departamento de Industrias Fabriles bajo esta repartición. En 1953, una nueva organización dio origen al Ministerio de Economía,³² dentro del cual se contempló la Subsecretaría de Comercio e Industrias, compuesta por cuatro Departamentos. Uno de ellos, el Departamento de Industrias, quedó integrado por cinco unidades, dos de las cuales fueron la Oficina de Patentes de Invención y la Oficina de Marcas. En cuanto a la primera, se estableció que tendría a su cargo “la intervención que le corresponde al Departamento de Industrias en la aplicación de la Ley de Propiedad Industrial en lo referente a Patentes de Invención y Modelos Industriales”,³³ mientras que la segunda operaría “en lo referente a marcas comerciales”.³⁴

En 1960 y luego de una nueva reforma a la administración pública, el Ministerio de Economía y Comercio pasó a llamarse Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, creándose por DFL N° 242 la Dirección de Industria y Comercio (DIRINCO), entidad sucesora de la Superintendencia de Abastecimientos y Precios, antes Comisariato General de Subsistencias y Precios, y antecesora del actual Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC). Se entregó la supervigilancia de la aplicación de leyes relativas a la Propiedad Industrial a la DIRINCO; sin embargo, el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción mantuvo la concesión, denegación y nulidad de patentes de invención y la concesión de títulos o diplomas.



ABOVE: label and trademark for tights Clavelina, 1930.

ARRIBA: etiqueta y marca registrada para medias Clavelina, 1930.

30. Ibid.

31. Established by Decree-Law No. 6-4817, of August 26, 1942, and published in the Official Journal on September 9, 1942. Establecida por el DFL N° 6-4817, del 26 de agosto de 1942, y publicado en el Diario Oficial con fecha 09-09-1942.

32. DFL N° 88, de 1953.

33. Ministerio de Economía y Comercio; “Aprueba Reglamento Orgánico de la Subsecretaría de Comercio e Industrias del Ministerio de Economía,” Decree N° 747, July 3, 1953. Published in the Official Journal on August 26, 1953.

Ministerio de Economía y Comercio; “Aprueba Reglamento Orgánico de la Subsecretaría de Comercio e Industrias del Ministerio de Economía,” Decreto N° 747, del 3 de julio de 1953. Publicado en el Diario Oficial con fecha 26-08-1953.

34. Ibid.



ABOVE: trademark requested for wines, San Javier, 1938.

ARRIBA: registro de marca para vinos, San Javier, 1938.

BELOW: trademark registered in 1940.

ABAJO: marca registrada en 1940.

35. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; “Crea Departamento de Propiedad Industrial y delega atribuciones en el Jefe de ese Departamento.” Resolution No. 299, May 6, 1966. Published in the Official Journal on May 30, 1966.

36. Ibid.

37. Ibid.

38. Ibid.

39. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; “Traspasa atribuciones que indica a la Dirección de Industria y Comercio y a la Dirección de Turismo,” Decree-Law No. 914, June 24, 1968. Published in the Official Journal on August 22, 1968. Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; “Traspasa atribuciones que indica a la Dirección de Industria y Comercio y a la Dirección de Turismo,” DFL No. 914, del 24 de julio de 1968. Publicado en el Diario Oficial con fecha 22 de Agosto de 1968.

40. Ultimately, Law No. 19,039, the current Law of Industrial Property, delegated all authority on this subject to the Department, which had been transferred from the former DIRINCO to the Subsecretariat by Decree-Law No. 1/3511, of 1981.

Finalmente, la Ley N° 19.039, actual Ley de Propiedad Industrial, entregó toda competencia en la materia al Departamento, el cual había sido traspasado de la ex DIRINCO a la Subsecretaría mediante DFL N° 1/3511, de 1981.

under this authority and published in the Official Journal on May 30, 1966, creating the Department of Industrial Property. Among the arguments for “increasing the status and specialization of these services”³⁵ through the new agency, it was expressed that, at that time, Industrial Property had “gained tremendous significance in highly industrialized countries and is becoming very prominent in developing countries due to technological transfer”³⁶ and that “in most Latin American countries, Industrial Property services have the status of Directions or Departments and function with specialized personnel.”³⁷

The entity consisted of three Subdepartments: Registrar of Invention Patents and Industrial Models; Registrar of Trademarks; and the Legal Subdepartment. Meanwhile, Resolution No. 299 granted the Head of the Department of Industrial Property the legal and regulatory powers formerly held by DIRINCO in this field, because “the Department of Industries of this Direction of Industry and Trade, along with its specific functions related to the manufacturing industry and the application of industrial laws, also provides industrial property services (invention patents, commercial trademarks and industrial models).”³⁸

In 1968, through Decree of Economy No. 914, the Ministry transferred to DIRINCO the power to “grant or deny invention patents and issue deeds or diplomas,”³⁹ which in turn delegated these functions to the Department of Industrial Property through Resolution No. 515 of 1969. All powers are held by this Department, except for the power to annul invention patents.⁴⁰



La Ley N° 15.560 facultó al Director de Industria y Comercio para organizar Departamentos y otras unidades en la repartición a su cargo, y en el ejercicio de esta atribución se dictó la Resolución N° 299, publicada en el *Diario Oficial* con fecha 30 de mayo de 1966, que creó el Departamento de Propiedad Industrial. Entre los argumentos para “dar mayor jerarquía y especialización a estos servicios”³⁵ a través del nuevo organismo, se expresó que la Propiedad Industrial a la fecha había “adquirido gran importancia en los países altamente industrializados y está tomando gran relieve en los países en desarrollo con motivo de la transmisión de la tecnología”³⁶ y que “en la mayoría de los países latinoamericanos los servicios de la Propiedad Industrial tienen categoría de Direcciones o Departamentos y funcionan con personal especializado”.³⁷

La entidad, quedó integrada por tres Subdepartamentos: Conservador de Patentes de Invencción y Modelos Industriales; Conservador de Marcas; y Subdepartamento Jurídico. Por otra parte, la Resolución N° 299 delegó en el Jefe del Departamento de Propiedad Industrial las facultades legales y reglamentarias que la DIRINCO poseía en la materia, en razón de que “el Departamento de Industrias de esta Dirección de Industria y Comercio, además de sus funciones específicas relacionadas con la industria fabril y la aplicación de la legislación industrial, atiende los servicios de la propiedad industrial (patentes de invención, marcas comerciales y modelos industriales).”³⁸

En 1968 y por DS de Economía N° 914, el Ministerio traspasó a la DIRINCO la “Concesión o denegación de patentes de invención y concesión de títulos o diplomas”,³⁹ y ésta a su vez delegó tales funciones en el Departamento de Propiedad Industrial mediante la Resolución N° 515 de 1969, quedando radicadas en el Departamento todas las facultades pertinentes, salvo declarar la nulidad de las patentes de invención.⁴⁰



ABOVE, LEFT: with a very local name, the British American Tobacco Co. (Chile) Ltd., offered its "El Roto" brand cigars, Valparaíso, 1930.

ARRIBA, IZQUIERDA: con un nombre muy local, la British American Tobacco Co. (Chile) Ltd., ofrece sus cigarros marca "El Roto", Valparaíso, 1930.

ABOVE, CENTER: trademark registered by Laboratorio Geka S.A., for drugs, chemical and pharmaceutical products, Santiago, 1945.

ARRIBA, AL CENTRO: marca registrada por Laboratorio Geka S.A., para medicinas, productos químicos y farmacéuticos, Santiago, 1945.

ABOVE, RIGHT: trademark registered for the company Perelló Hermanos, Los Angeles, 1930.

ARRIBA, DERECHA: marca registrada por la empresa Perelló Hermanos, Los Angeles, 1930.

RIGHT: photographs of the "plow combined with replacement parts," invention by R. Jouannet. Patent granted in 1906.

DERECHA: fotografías del "arado con repuestos combinados", invento de R. Jouannet. Patente concedida en 1906.

RIGHT PAGE: photographic image of a hand-powered manual mechanical drill. Patent requested by Arturo Moreno, granted in 1907.

PÁGINA DERECHA: registro fotográfico de una perforadora mecánica movida a mano. Patente solicitada por Arturo Moreno, otorgada el año 1907.

BELOW: graphic image employed during the Administration of Carlos Ibáñez del Campo to promote national industry. It was used as a distinctive seal for manufactured goods of national origin and in advertising campaigns.

ABAJO: imagen gráfica utilizada durante el Gobierno de Carlos Ibáñez del Campo para el fomento de la industria nacional. Fue aplicada como sello distintivo a las manufacturas de origen nacional y en campañas publicitarias.



THE PROMOTION OF NATIONAL INDUSTRY: MADE IN CHILE

EL FOMENTO DE LA INDUSTRIA NACIONAL: HECHO EN CHILE

Beginning in the 1930s, the advertising and dissemination of national manufactured goods would witness an uneasy shift towards the idea of nationally-oriented consumption, promoted by the administration of Carlos Ibáñez and based on the promise to protect the welfare of Chile. As a consequence of these new protectionist policies, some companies of U.S. origin complained against the government campaign called "Buy Chilean Products," while simultaneously assuming a "national origin" by purchasing stock in existing Chilean industries, in order to operate within the country using their names.

Meanwhile, these events coincided with other visions that challenged the tremendous expansion of trade of U.S. consumer goods; this uneasiness would be expressed by Pedro Aguirre Cerda in 1933, a few years before becoming President of the Republic:

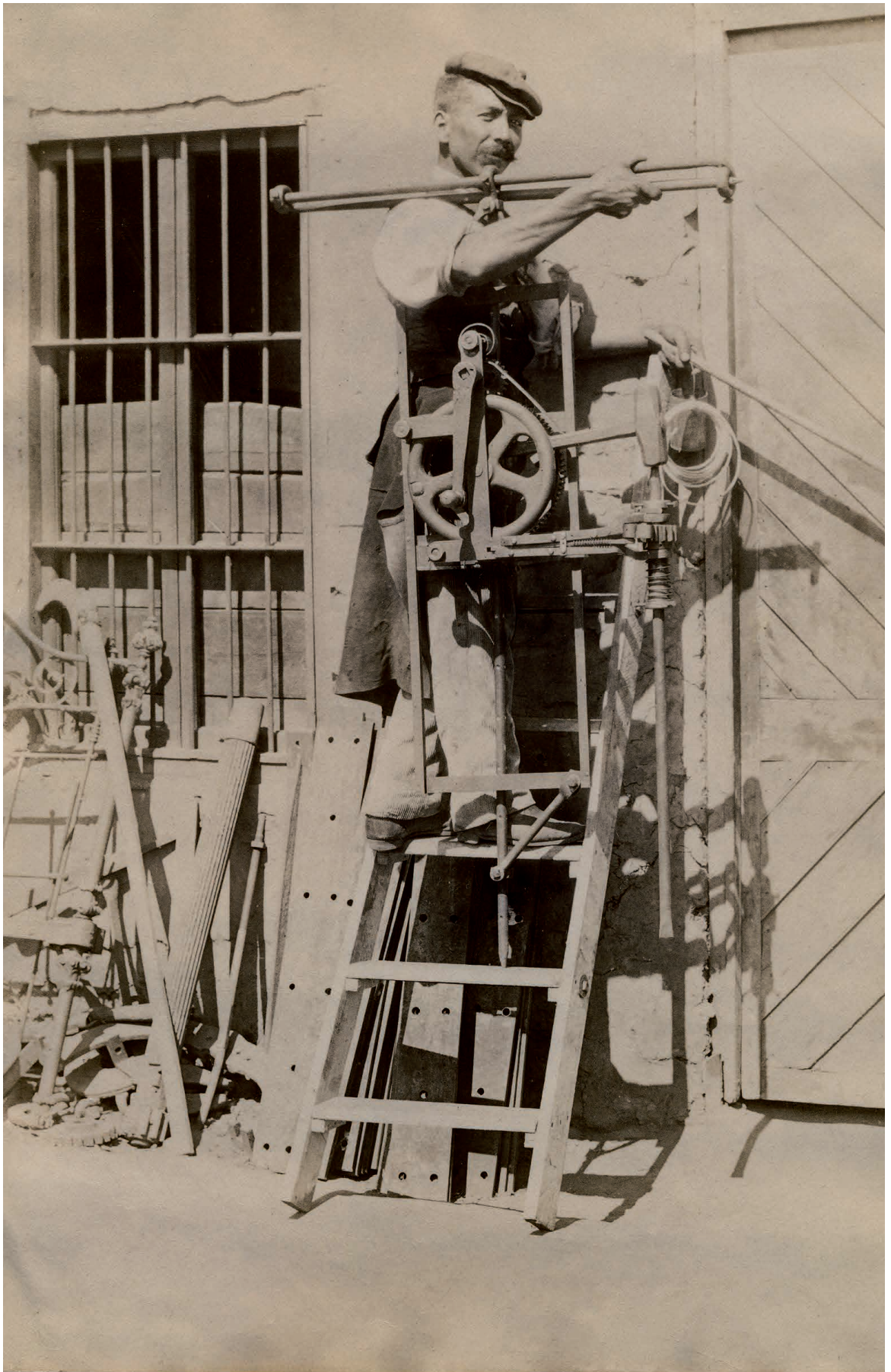
"...for the last 15 years we have been witnessing a true invasion of the entire American continent by the United States, an invasion of capitals, industries, trade, and, in short, although in a somewhat slower manner, of the general culture... For certain goods (automobiles,

A partir de los años treinta, la propaganda y difusión de la manufactura nacional evidenciaría un vacilante giro hacia la idea de un consumo de orientación nacionalista, promovida por la administración de Carlos Ibáñez, y amparada en la promesa de protección del bienestar de Chile. Como consecuencia de estas nuevas políticas proteccionistas, algunas empresas de origen estadounidense reclamaron contra la campaña de Gobierno denominada "Compre productos chilenos", y al mismo tiempo asumieron un "origen nacional" a través de la adquisición de acciones de industrias chilenas ya consolidadas, para operar en el país bajo sus nombres.

A su vez, estos acontecimientos se entrelazaron con otras visiones que cuestionaron la masiva expansión del comercio de bienes de consumo estadounidenses, malestar que Pedro Aguirre Cerda manifestaría en 1933, pocos años antes de convertirse en Presidente de la República:

"...asistimos desde hace 15 años a presenciar una verdadera invasión de todo el continente americano por los Estados Unidos, invasión por los capitales, las industrias, el comercio,





RIGHT: trademark registered by Sociedad Fábrica de Cervezas Andrés Ebner, 1912.

DERECHA: marca registrada por Sociedad Fábrica de Cervezas Andrés Ebner, 1912.



ABOVE: trademark registration for Alimento Meyer, Santiago, 1935.

ABAJO: registro de marca para Alimento Meyer, Santiago, 1935.

agricultural machines, typewriters and sewing machines, oil and its byproducts, telephones, radios, cables and electrical materials), the United States has ensured a veritable trade monopoly.⁴¹

Speaking about the organization and rationalization of national industry in order to compete with imports and the strong presence of transnational companies, Aguirre Cerda declared:

“In this sense, the importance of financial cooperation has been so well understood that the traditional selfishness of the exclusive privilege has been disappearing, and has slowly begun to serve those large centers that, with their resources, can give it tremendous economic value, formerly limited to certain companies. And surely tomorrow, governments themselves, interested in sharing the factors of collective well-being, will begin to expropriate the patents and privileges or grant their authors national rewards for using their inventions in favor of the common good.”⁴²

The nationalist concept of the Administration of Carlos Ibáñez sought to stimulate the country’s material progress by promoting industry and advertising, granting invention patents and industrial models, and registering commercial trademarks. In reference to the

y, en fin, aunque de una manera más lenta, por la cultura general... Para ciertos artículos (automóviles, máquinas agrícolas, máquinas de escribir y de coser, petróleo y derivados, teléfono, radios, cables y material eléctrico), el comercio de los Estados Unidos se aseguró un verdadero monopolio.”⁴¹

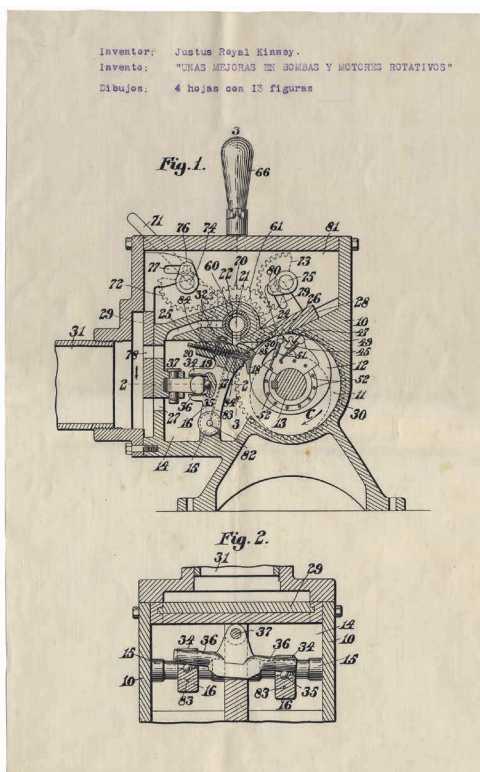
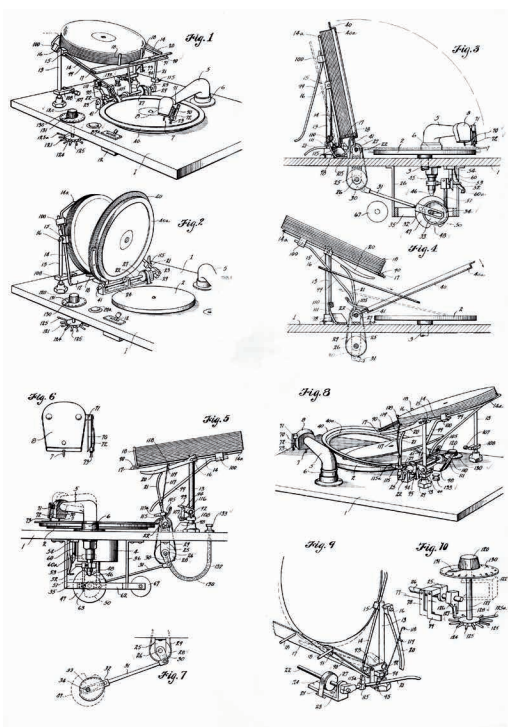
Refiriéndose a la organización y racionalización de la industria nacional para hacer frente a las importaciones y a la fuerte presencia de empresas transnacionales, Aguirre Cerda señalaba:

“Tan bien se ha comprendido la importancia que en ese sentido tiene la cooperación financiera que hasta se ha venido perdiendo en este sentido el tradicional egoísmo del privilegio exclusivo para irlo poniendo poco a poco a disposición de esos grandes centros que, con sus recursos, pueden darle un valor económico enorme, antes restringido a determinadas firmas. Y seguramente mañana, los Gobiernos mismos, interesados en el esparcimiento de los factores de bienestar colectivo, llegarán a expropiar las patentes y privilegios o a otorgar a sus autores recompensas nacionales para poner sus inventos en uso a favor del bien común.”⁴²

La concepción nacionalista del Gobierno de Carlos Ibáñez, intentó impulsar el adelanto material del país a través del fomento de la

41. Aguirre Cerda, Pedro; *El problema industrial*. Santiago, Prensas de la Universidad de Chile, 1933, p. 75.

42. *Ibid.*, p. 62.



LEFT: blueprints and drawings of an invention patent application submitted by Columbia Phonograph Company for "certain improvements to changing mechanisms for phonographic records," 1929.

IZQUIERDA: planos y dibujos de solicitud de patente de invención solicitada por Columbia Phonograph Company para "ciertas mejoras en cambios de mecanismos para discos de fonógrafos", 1929.

NEXT: patent application for "improvements to rotating pumps and motors, characterized by a fixed entry valve", by Justus Royal Kinney, 1910.

SIGUIENTE IMAGEN: patente solicitada por Justus Royal Kinney para "unas mejoras en bombas y motores rotativos, caracterizadas por una válvula fija y de admisión", 1910.

measures implemented by Ibáñez, the official book *Chile en Sevilla*, of 1929, said:

"The red banner of revolutionary internationalism replaced the tricolored national flag at all demonstrations. And this 'forgetting' of what is ours, this disregard for the things of this earth had spread so far that it entered the business field, displacing products of national origin as if they were undesirable, solely because they were from this country. President Ibáñez could not help noticing that this unfortunate loss held grave danger for the future of Chile... He therefore imposed a frankly nationalist orientation... he raised up national industries, favored national trade... and, thanks to all these initiatives, 'Made in Chile' came to be a preferred brand for the purchase of national products..."⁴³

Initially, the new economic measures adopted by Ibáñez –and the following governments until 1946– were reflected in the mass media, which promoted the idea of facing the economic crisis unleashed in 1929 with dignity by restricting family budgets and consuming imported goods moderately. For this reason, the first step had to be the purchase of national products, a measure which found significant support in the mass media. In September 1938, the Bulletin of the Federation

industria y la propaganda, el otorgamiento de patentes de invención y modelos industriales y el registro de marcas comerciales. En relación a las medidas de Ibáñez, el libro oficial de *Chile en Sevilla*, de 1929, señala lo siguiente:

"La bandera roja del internacionalismo revolucionario reemplazaba los tricolores del pabellón nacional en todas las manifestaciones. Y este olvido de lo nuestro, este desapego por las cosas de la tierra se había extendido tanto que llegó aún al terreno comercial, para desplazar de allí, como artículos despreciables, los de procedencia nacional, por el solo hecho de ser del país. El Presidente Ibáñez no pudo menos de percatarse de que en este lamentable extravío radicaba un grave peligro para el porvenir de Chile... Impuso, en consecuencia, una orientación de franco nacionalismo... levantó las industrias nacionales, favoreció el comercio del país... y merced a todas estas iniciativas el 'Made in Chile' llegó a ser marca de preferencia en la adquisición de artículos nacionales..."⁴³

Inicialmente, las nuevas medidas económicas adoptadas por Ibáñez –y los sucesivos gobiernos hasta 1946– se vieron reflejadas en los medios de opinión pública, que fomentaron la idea de afrontar dignamente la crisis económica desatada en 1929 por la vía de la restricción del presupuesto familiar y el consumo moderado

43. Jara Letelier, Aníbal y Manuel Muirhead; *Chile en Sevilla* 1929. Libro oficial de los expositores de Chile en Sevilla. Santiago, Empresa Editorial Cronos, 1929, p. 31.



ABOVE: trademark registered by
Fábrica Nacional de Vidrios Planos
S.A. in 1952.

ABOVE: marca inscrita por la Fábrica
Nacional de Vidrios Planos S.A. en
1952.

NEXT: trademark registered for Viña
Concha y Toro, Santiago, 1945.

SIGUIENTE IMAGEN: registro de
marca de Viña Concha y Toro, San-
tiago, 1945.



of Chilean Industry described the productive capacity that national industry had achieved at that time:

“Our country currently has a fully active industry that represents the investment of strong capitals and the work of numerous leaders and workers. Industrial procedures for the production of the most diverse and numerous manufactured goods have been tested in the country, with excellent results, and Chilean factories within the country manufacture numerous products similar in importance to their foreign counterparts. Thus, the textile, ceramics, steel and iron, soap, candle, vegetable and animal oil, glass, and sack industries have all developed, and the branch of glassworks has produced delicate and difficult objects. The country has also produced light bulbs, which is a tremendous effort considering that no other South American country has reached this level of industrial progress.”⁴⁴

With respect to the nationalist sentiment, instilled in the industry during the Administration of Pedro Aguirre Cerda to face external factors such as the war and internal factors such as the 1939 earthquake, this same organization advocated for a big campaign in the mass media:

“A propaganda plan in all media available for its dissemination is also an integrated aspect of the purposes of ‘Chileanness’ that are pursued, as it is essential to instill in the masses a fondness for what is produced or manufactured in the country and the natural pride that comes from being the source of resources for many emergency cases.”⁴⁵

According to historian Stefan Rinke, different actors praised the benefits of this position, since “the purchase of foreign products only contributed to foreign wealth; moreover, moderate elements of the labor press, such as the Catholic journal *El Obrero* (The Worker) of La Serena, called for all workers to consume only Chilean products.”⁴⁶ To illustrate the nationalism that prevailed at the time, we quote from another article published in the *SOFOFA Bulletin* in October 1938:

“It is not enough to manufacture [products that are] good and inexpensive within the country; the most important thing is that the public must know what is being produced and manufactured, so that it may demand it and

de bienes importados. Por ello, el primer paso debía ser la adquisición de productos nacionales, medida que encontró un significativo apoyo en los medios de comunicación. En septiembre de 1938, el *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril* daba cuenta de la capacidad productiva alcanzada por la industria nacional a la fecha:

“Nuestro país tiene en la actualidad una industria en plena actividad que representa la inversión de fuertes capitales y el trabajo de numerosos dirigentes y obreros. Se han ensayado en el país, con excelentes resultados, procedimientos industriales para la producción de las más variadas y múltiples manufacturas y las fábricas chilenas elaboran en el país, numerosos productos de similar importancia a los análogos del extranjero. Así se ha desarrollado la industria de tejidos, de cerámica, de acero y fierro, de jabones, de velas, de aceites vegetales y animales, de vidrios, de sacos y en el ramo de cristalería se han llegado a fabricar objetos delicados y difíciles. También se ha producido en el país ampollitas, lo que constituye un esfuerzo de consideración si se piensa que en ningún otro país de la América del Sur se ha llegado a este progreso industrial.”⁴⁴

Respecto al sentido nacionalista, inculcado en la industria durante el Gobierno de Pedro Aguirre Cerda con el fin de hacer frente a factores externos como la guerra e internos como el terremoto de 1939, la misma organización abogaba por una gran campaña en los medios de comunicación:

“Un plan de propaganda por todos los medios que el arte franquea para su divulgación, es, también, parte integrante de los propósitos de chilenidad que se persiguen, pues resulta indispensable inculcar en las masas el cariño por lo que se produce o manufactura en el país y el natural orgullo que deriva de poder ser fuente de recursos para muchísimos casos de emergencia.”⁴⁵

Según el historiador Stefan Rinke, distintos agentes exaltaron los beneficios de tal postura ya que “la compra de productos foráneos sólo contribuía a la riqueza extranjera; incluso, elementos moderados de la prensa laboral, como el periódico católico *El Obrero* de La Serena, hicieron un llamado para que los trabajadores sólo consumieran productos chilenos”.⁴⁶ Reflejando el nacionalismo imperante en la época,

44. “Exposición Industrial.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LV, No. 9, Santiago, September 1938, p. 581.

45. “La campaña de chilenidad y la industria nacional.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LVIII, No. 4, Santiago, April 1941, p. 238.

46. Rinke, Stefan; *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*. Santiago, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2002, p. 145.



prefer to consume it above similar imported goods, which are not superior to our own.”⁴⁷

THE INWARD-ORIENTED DEVELOPMENT MODEL

Although the gravitation of events such as the fall of saltpeter and the Great Depression signaled the end of “outward-oriented development,” it was not until the transition to the 1940s that “inward-oriented development” manifested itself clearly. With respect to the closed nature of the economy implicit in the adoption of this model, an editorial published in late 1938 indicated:

“Strengthening and creating internal production is much more important than opening pathways to favor a balance of payments, as demonstrated by the economic reality in times of crisis and as proved by the current progress of industrial development.”⁴⁸

In an analysis of national industry carried out that same year by SOFOFA engineers Raúl Simón, Rodolfo Jaramillo, Walter Müller and Vicente Izquierdo proposed that the development of national industry required economic measures: “national industrial production must be protected through high customs tariffs and an automatic import license regime that only

citamos otro artículo publicado en el *Boletín de la SOFOFA* en octubre de 1938:

“No basta fabricar bueno y barato, en el país; lo más importante es que el público sepa lo que se fabrica y elabora, con el fin de exigirlo y consumirlo de preferencia a sus similares importados, que no son superiores a los nuestros.”⁴⁷

EL MODELO DE DESARROLLO HACIA ADENTRO

Si bien la gravitación de sucesos como el ocaso salitrero y la Gran Depresión marcaron el término del “desarrollo hacia afuera”, no fue sino hasta la transición a los años cuarenta que el “desarrollo hacia adentro” se manifestó con mayor claridad. Respecto al carácter de economía cerrada que significó adoptar este modelo, una editorial publicada a fines de 1938 señalaba:

“Fortalecer y crear producción interna es de muchísima mayor importancia que abrir caminos para favorecer una balanza de pagos, según lo ha demostrado la realidad económica de los tiempos de crisis y según lo prueba la marcha actual del desarrollo industrial.”⁴⁸

En un análisis de la industria nacional realizado el mismo año por los ingenieros de la SOFOFA Raúl Simón, Rodolfo Jaramillo, Walter

LEFT: trademark registration for a variety of Pinot wine, Juan Bas y Cía., Valparaíso, 1939.

IZQUIERDA: registro de marca de variedad de vino Pinot, Juan Bas y Cía., Valparaíso, 1939.



NEXT: shoe polish, Santiago, 1938, and Mickey caramels, trademark by Dufflocq y Cía., for their “chocolates for eating, caramels and candy shop products,” Santiago, 1935. Already in the 1930s, once national heroes and archetypes had fulfilled their function of exalting a product, international characters or “franchises” were used to persuade consumers, lending their names to products of the most diverse origin.

SIGUIENTE IMAGEN: pasta para calzado, Santiago, 1938, y caramelos Mickey, marca de Dufflocq y Cía., para sus “chocolates para comer, caramelos y productos de confitería”, Santiago, 1935. Ya en la década de 1930, una vez que los héroes y estandartes nacionales cumplieron su labor de enaltecer los productos, son los personajes o “franquicias” internacionales los encargados de persuadir al consumidor, prestándole su nombre a productos de los orígenes más disímiles.

47. “Exhibición permanente de la industria y el comercio.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LV, No. 10, Santiago, October 1938, p. 660.

48. “Valiosa cooperación.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LV, No. 12, Santiago, December 1938, p. 781.



ABOVE: trademark for packing tape, property of Enrique Gurau K., Santiago, 1940.

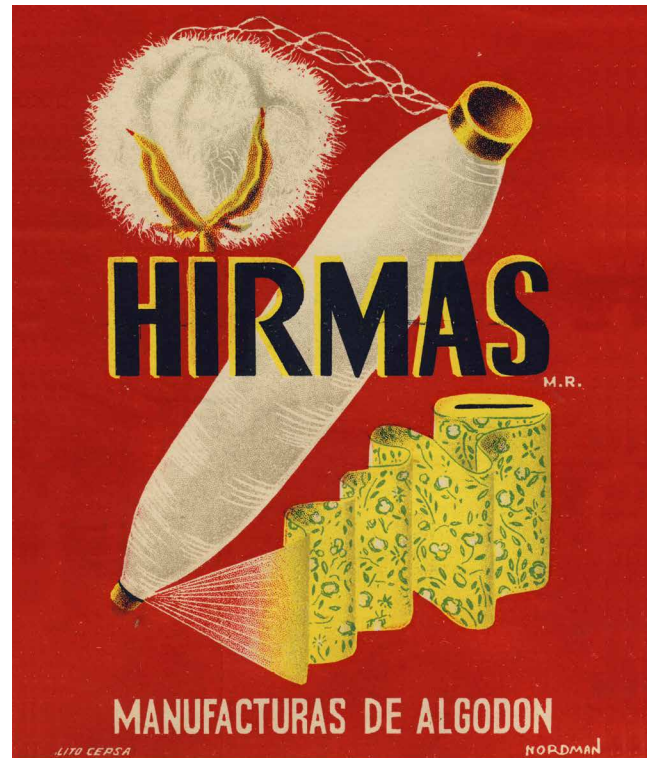
ARRIBA: marca para cintas para empaquetar, propiedad de Enrique Gurau K., Santiago, 1940

RIGHT: trademark registration belonging to Luis Martínez Acevedo de Rancagua, for ponchos, sashes and cloaks, 1953.

DERECHA: registro de marca de Luis Martínez Acevedo de Rancagua, para chamantos, fajas y mantas, 1953.

NEXT, RIGHT: trademark registered for cotton manufactured goods by industrialist Jorge Hirmas y Cía., Santiago, 1951.

SIGUIENTE, DERECHA: marca registrada para manufacturas de algodón del industrial Jorge Hirmas y Cía., Santiago, 1951.



permits the entry of foreign manufactured goods up to the amount that national industry cannot supply.”⁴⁹ During the Administration of Pedro Aguirre Cerda, the State response to the crisis was channeled through the Chilean Development Agency (CORFO), which began its activities in 1939 and would communicate its premise in the Industrial Development Plan published that same year. Regarding the importance of industry for the country, the document expressed:

“It contributes to the creation of the greatest wealth, as it produces the most advanced transformation of raw materials, thus obtaining the highest valuation of natural products; it helps stabilize agricultural and mining production, absorbing its respective products to transform them and send them to the internal market; it aims to satisfy national consumption and raise the standard of living of its inhabitants. On the other hand, it is a powerful factor for improving the international balance of trade and payment, and generally stabilizes national income, while ensuring a solid foundation for the Fiscal Budget.”⁵⁰

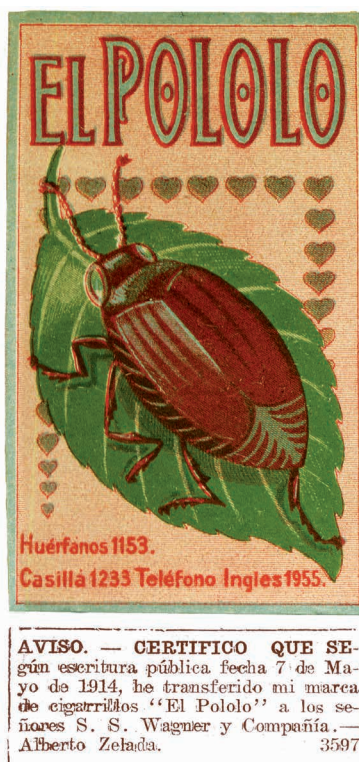
Among the guidelines designed to improve the country’s economic situation following the industrialist emphasis of this period, the document noted rationalization (producing

Müller y Vicente Izquierdo, se planteaba que el desarrollo de la industria nacional, pasaba necesariamente por medidas de carácter económico: “La producción industrial nacional debe ser protegida por medio de tarifas aduaneras elevadas y un régimen automático de licencias de importación que sólo permita la introducción de manufacturas extranjeras hasta la cantidad que la industria nacional no pueda abastecer.”⁴⁹ Durante el Gobierno de Pedro Aguirre Cerda, la respuesta estatal a la crisis se canalizó a través de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) organismo cuya actividad se inició en 1939 y que daría a conocer sus premisas a través del *Plan de Fomento Industrial* publicado el mismo año. Respecto a la importancia de la industria para el país, el documento expresaba lo siguiente:

“Ella concurre a la creación de la mayor riqueza, ya que realiza la transformación más avanzada de las materias primas, obteniendo así la valorización máxima de los productos naturales; contribuye a estabilizar la producción agrícola y minera, absorbiendo sus respectivos productos, para transformarlos y destinarlos al mercado interno; procura la satisfacción del consumo nacional y eleva el standard de vida de los habitantes. Por otra parte, es un poderoso factor de mejoramiento de la balanza comercial

49. Simón, Raúl, Rodolfo Jaramillo, Walter Müller y Vicente Izquierdo; “El concepto de industria nacional y la protección del Estado.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LV, No. 12, Santiago, December 1938, p. 803.

50. *Corporación de Fomento de la Producción: Plan de Fomento Industrial*. Santiago, Imprenta Universo, 1939, p. 3.



LEFT: trademark registered for the wines of Sociedad Anónima Viña Santa Carolina, Santiago, 1938.
IZQUIERDA: marca registrada para vinos de la Sociedad Anónima Viña Santa Carolina, Santiago, 1938.

RIGHT: El Pololo, recordal of registration and ownership transference for cigarettes' trademark, 1914.
DERECHA: El Pololo, registro y transference de marca de cigarrillos, 1914.

BELOW: Salerno y Cía., registered trademark for the manufacture of gunpowder and fireworks.
ABAJO: Salerno y Cía., marca registrada para la fabricación de pólvora y fuegos artificiales.

NEXT: Bocanegra, trademark for spirits, Santiago, 1922.
SIGUIENTE IMAGEN: Bocanegra, registro de marca para licores, Santiago, 1922.

more and better at lower costs), the protection of the internal market for local production (facilitating the access of national companies to loans for purchasing machinery and technology), and the need to promote research and studies, using for this purpose the “existing public and private laboratories, such as those belonging to the country’s Universities, Industrial and Mining Schools, the Mining Credit Union, National Agricultural Society, Testing Laboratories of the State Railroads and Chilean Armory, Bacteriological Institute, ‘Sanitas’ Medical Institute, and others, while not possible to create a Central Scientific Research Institute...,”⁵¹ meanwhile, the results of investigations and studies “must be disseminated systematically and in a timely manner, so that the Industry may benefit broadly from them.”⁵²

Another relevant aspect of the vision established by CORFO in the late 1930s was that a significant part of the development problem did not involve Large Industries, but Small and Medium-Sized Industries, which according to the State agency required “a greater path for improvement and therefore the duty of the Agency is to analyze the various difficulties that still obstruct its development in order to study and facilitate ways to correct them.”⁵³

y de pagos internacionales y estabiliza la renta nacional en general, procurando además una base segura para el Presupuesto Fiscal.”⁵⁰

Entre los lineamientos destinados a mejorar la situación económica del país bajo el énfasis industrialista del período, el documento señalaba la racionalización (producir más y mejor a menor costo), la protección del mercado interno para la producción local (facilitando a las empresas nacionales el acceso a créditos para la compra de maquinarias y tecnología), y la necesidad de promover las investigaciones y estudios, disponiendo para ello de los “Laboratorios fiscales y particulares existentes, tales como los de las Universidades del país, de las Escuelas Industriales y de Minas, de la Caja de Crédito Minero, Sociedad Nacional de Agricultura, Laboratorios de Ensayos de los FF. CC. del Estado y de la Maestranza del Ejército, Instituto Bacteriológico, Instituto Médico ‘Sanitas’ y otros, mientras no sea posible la creación de un Instituto Central de Investigación Científica...”⁵¹ al tiempo que los resultados de las investigaciones y estudios “deberán divulgarse en forma sistemática y con la debida oportunidad, para que la Industria pueda beneficiarse ampliamente con ellos”.⁵²

Otro de los aspectos relevantes en la visión establecida por la CORFO a fines de los años



51. Ibid., p. 5.

52. Ibid.

53. Ibid., p. 4.

RIGHT: photograph of a product belonging to Adolfo Ibáñez y Cía. for coffee, tea, yerba mate and other similar products, Santiago, 1939.

DERECHA: fotografía de producto perteneciente a Adolfo Ibáñez y Cía., para inscribir marca de café, té, yerba mate y otros artículos similares, Santiago, 1939.

BELOW: trademark registration made by manufacturer of empanadas, Santiago, 1940.

ABAJO: inscripción de marca efectuada por fabricante de empanadas, Santiago, 1940.

NEXT: shoe polish trademark by Santiago Keqevic Luksic, registrada en Valparaíso, 1938.

SIGUIENTE IMAGEN: marca de pasta para calzado de Santiago Keqevic Luksic, registrada en Valparaíso, 1938.



Besides obvious aspects such as the difference in scale and the prevalence of the human factor in place of mechanical production, this sector was considered of interest precisely because within its scope of action the “industrial application of national inventions and facilities for their possible patenting abroad” was possible.⁵⁴

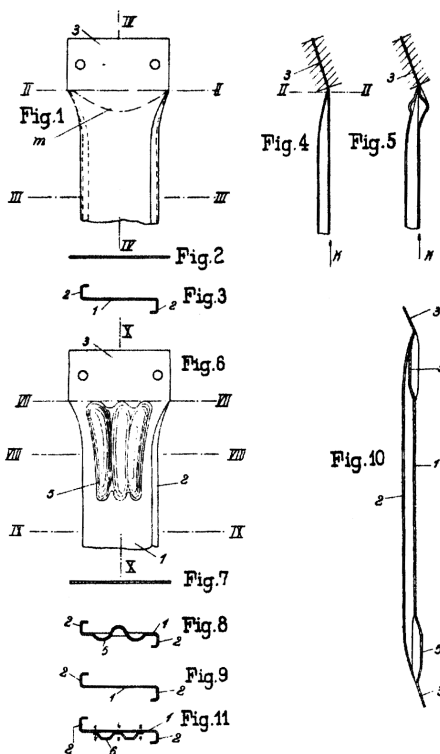
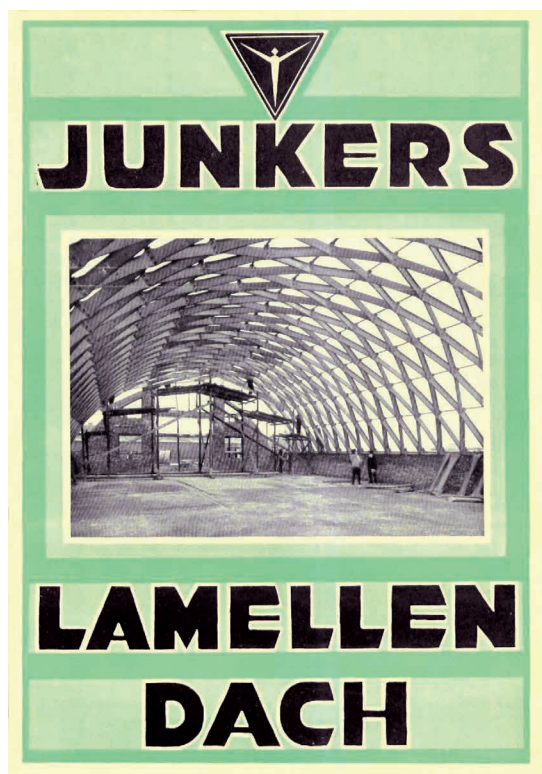
The previous passage on the State plan designed in the late 1930s reveals the paradox of Chilean industry during the period of “inward-oriented development,” which would become more evident between the post-war period and the early 1970s. While the field of Large Industry favored technological imports⁵⁵ it also pointed to scientific research as a path towards progress, simultaneously mentioning that at that point there was no center specialized in this field (the opening of the Central Institute was demanded by CORFO), and aspects such as the development of “national inventions” and their eventual patenting were relegated to the possibilities of Small and Medium-Sized Industries. Meanwhile, the field of Large Industry stressed access to loans for purchasing capital goods that could facilitate the production of consumer goods, without expanding on the potential opportunities that technological development itself might bring.

treinta era que gran parte de la problemática del desarrollo no radicaba en la Gran Industria, sino que en la Pequeña y Mediana Industria, la que a juicio del organismo estatal requería de “un mayor recorrido hacia su perfeccionamiento y de allí que es deber de la Corporación analizar las dificultades de diversa índole que entraban todavía su desarrollo para estudiar y facilitar los medios de subsanarlas.”⁵³ Además de aspectos evidentes como la diferencia de escala y el predominio del factor humano en lugar de la producción mecanizada, se asignaba interés a este sector, justamente porque dentro de su radio de acción era posible la “Aplicación industrial de inventos nacionales y facilidades para su posible patentabilidad en el extranjero”.⁵⁴

El anterior pasaje del plan estatal trazado a fines de los años treinta, permite entrever la paradoja de la industria chilena en tiempos del “desarrollo hacia adentro” y que se haría más evidente entre la posguerra y comienzos de los setenta. Mientras en el ámbito de la Gran Industria se privilegió la importación tecnológica⁵⁵ y por otra parte se refería a la investigación científica como camino al progreso, señalando de paso que no existía a la fecha un centro especializado en este ámbito (el Instituto Central cuya apertura reclamaba

54. Ibid., p. 23.

55. Katz, Jorge; *Pasado y presente del comportamiento tecnológico de América Latina*. CEPAL, Serie Desarrollo Productivo, N° 75, 2000, p. 25.



LEFT: patent requested by Hugo Junkers (Germany) for his "improvements to lattice rods built of profiled sheets", 1930.

IZQUIERDA: patente solicitada por Hugo Junkers (Alemania) para sus "mejoras en varillas de enrejado construída de chapa perfilada", 1930.

NEXT: commercial office of representations, with a trademark registered by merchant Julio Díaz Boneri in Santiago, 1939.

SIGUIENTE IMAGEN: oficina comercial de representaciones, cuya marca la inscribió el comerciante Julio Díaz Boneri en Santiago, 1939.

BELOW: trademark of Compañía Industrial de Catres (CIC).

ABAJO: marca de la Compañía Industrial de Catres (CIC).

BOTTOM: trademark registered by Hites Hermanos, 1962.

AL FINAL: marca registrada por Hites Hermanos, 1962.

This became apparent when, as it prepared to celebrate its first decade of activities, Executive Vice-President Oscar Gajardo evaluated the progress made in a session of the entity's Council:

"...through the Department of Trade, over 300 million pesos in machinery and raw materials have been brought into Chile, thus facilitating the normal performance of industries.

Imports were part of the framework of national interest. Machinery and raw materials related to consumer goods were given preference."⁵⁶

During the 1930s and 1940s, several manufacturing companies were restructured and founded that were dedicated to the production of mass goods and articles with varying degrees of government support. These included Muebles Paris, Casa Muzard and Compañía Industrial de Catres (CIC), in the furniture sector; Fábrica Nacional de Envases y Enlozados S.A. (FENSA), Manufacturas de Metal S.A. (MADEMSA), Industria Metalúrgica FAMELA S.A., CIMET, SINDELEN, SOMELA, in the field of electrical appliances; Schwartz Hermanos y Friedler (SHYF), Plásticos del Pacífico, Burgoplast y Haddad, in the plastics industry; Manufacturas Chilenas de Algodón YARUR S.A., Fábricas Textiles Caupolicán,

la CORFO), aspectos como la realización de "inventos nacionales" y su eventual patentamiento eran relegados a las posibilidades de la Pequeña y Mediana Industria. Por otra parte, en el ámbito de la Gran Industria se asignaba protagonismo al acceso a créditos para la compra de bienes de capital que permitiesen producir bienes de consumo, sin ahondar en las oportunidades que podía otorgar el desarrollo tecnológico en sí mismo. Lo anterior quedaba evidenciado cuando a las puertas de cumplir una década de actividad, el Vicepresidente Ejecutivo, Oscar Gajardo, hacía un balance de la labor realizada, en una sesión del Consejo de la entidad:

"...por intermedio del Departamento de Comercio, [se] ha traído a Chile sobre trescientos millones de pesos en maquinarias y materias primas, facilitando así el desenvolvimiento normal de las industrias.

Las importaciones se encuadraron dentro del marco del interés nacional. Se dio preferencia a las maquinarias y a las materias primas que tuvieran relación con los artículos de consumo."⁵⁶

Durante los años treinta y cuarenta se reestructuraron y fundaron varias empresas de manufacturas dedicadas a la producción de bienes y artículos masivos que contaron en distinta medida con el apoyo estatal. Entre ellas,

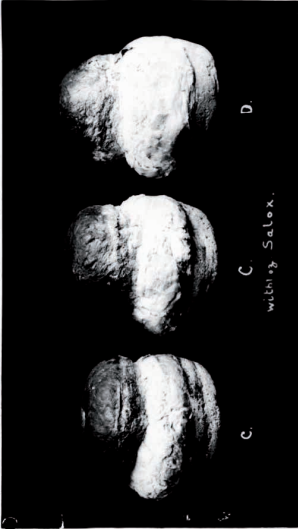


56. Unknown Author; "Realizaciones y propósitos de la Corporación de Fomento de la Producción. Chile está en los umbrales de una nueva etapa económica." In: *En Viaje*, núm. 148, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, February 1946, p. 99.

MEMORIA DESCRIPTIVA

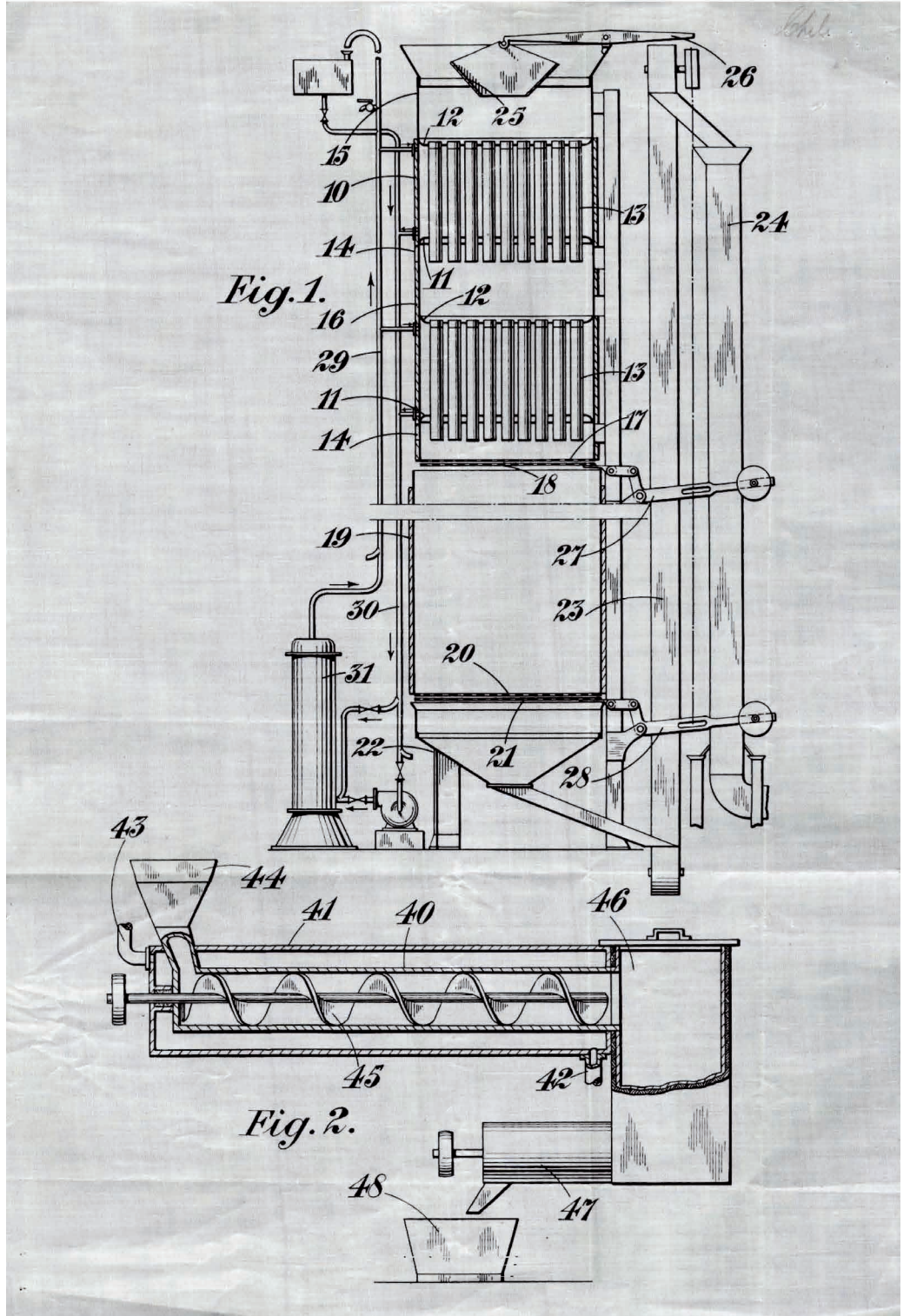
sobre

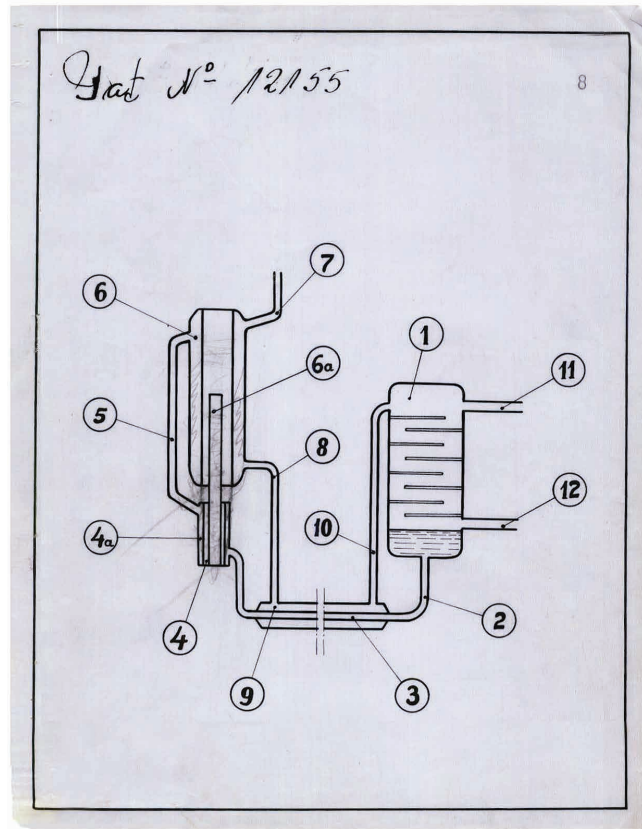
"Un procedimiento perfeccionado para el tratamiento de sustancias cereales".



ON THIS PAGE: technical documentation of a patent granted for an improved treatment procedure for cereals, 1928.

EN ESTA PÁGINA: documentación técnica de patente de invención concedida para un procedimiento perfeccionado para el tratamiento de sustancias cereales, 1928.





LEFT: drawing of a massage device patented by Swiss inventor Julien Freiss in 1928.

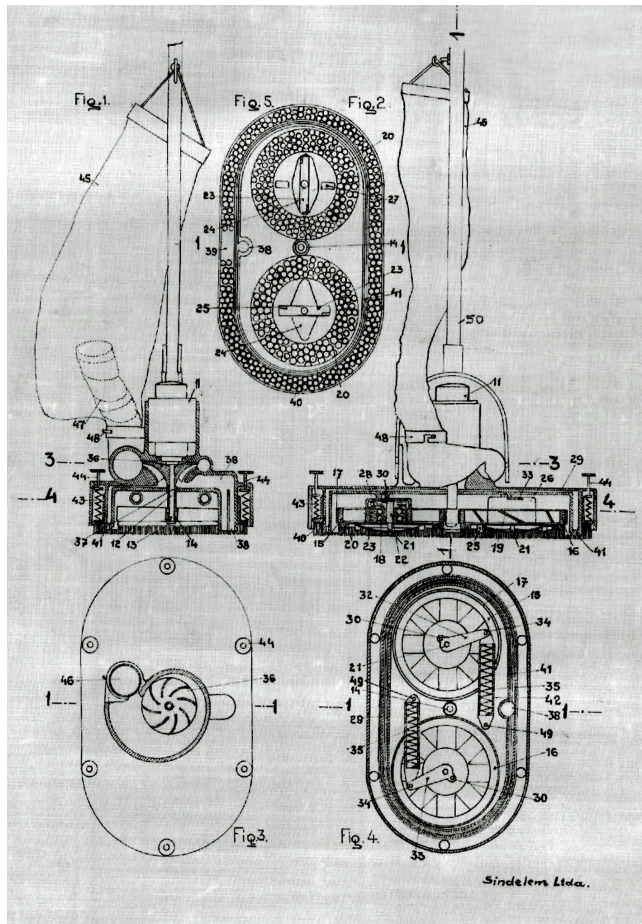
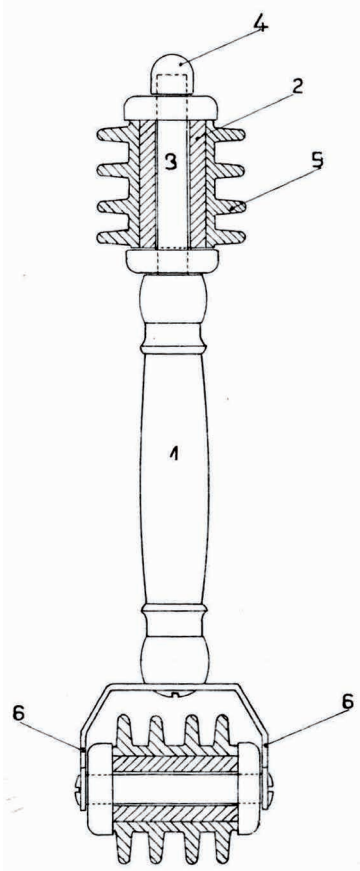
IZQUIERDA: dibujo de aparato para masajes patentado por el inventor suizo Julien Freiss en 1928.

ABOVE: patent invention requested by Jorge Pizarro Espínola, manager of Sociedad de Industrias Eléctricas Nacionales Ltda. SINDELEN, to whom he transferred his rights for "improvements to waxing-vacuuming machines," granted in 1953.

ARRIBA: patente de invención solicitada por Jorge Pizarro Espínola, gerente de la Sociedad de Industrias Eléctricas Nacionales Ltda. SINDELEN y a quienes traspasa sus derechos, de "mejoras en máquinas enceradoras aspiradoras", otorgada en 1953.

BELOW: invention patent application for "thermo-siphon pump for use in hermetically sealed absorption refrigeration machines," requested by Romualdo Kolokszo Prowolowsky, granted in 1950.

ABAJO: solicitud de patente de invención de "bomba de termo-sifón para su uso en máquinas refrigeradoras de absorción, herméticamente selladas", solicitada por Romualdo Kolokszo Prowolowsky, otorgada en 1950.



RIGHT: trademark for loom and textiles registered by Santiago Segura Bermejo, Santiago, 1951

DERECHA: marca para telar y tejidos registrada por Santiago Segura Bermejo, Santiago, 1951.

NEXT: Flamante, detergent trademark registered by the Sociedad Nacional de Industrias La Estrella de Valparaíso, 1939.

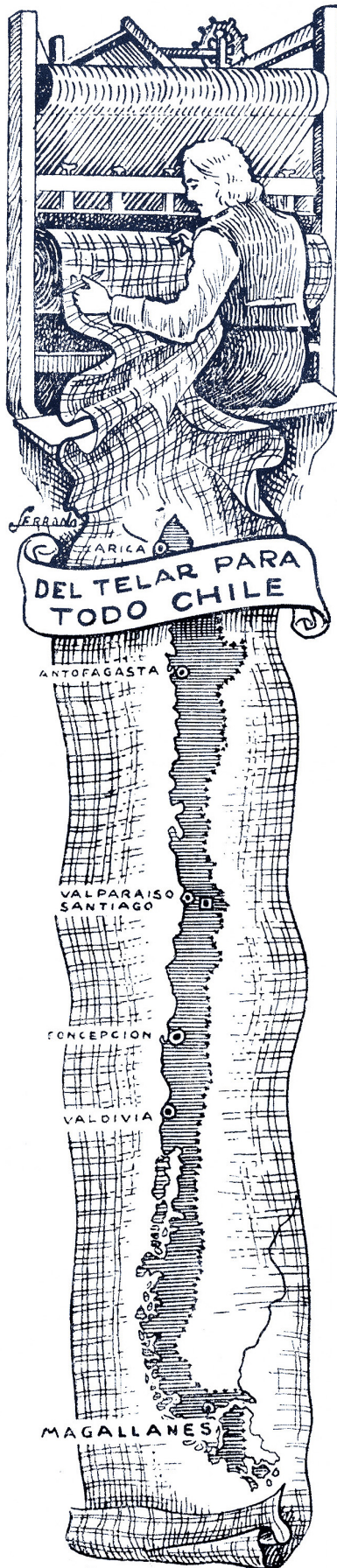
A CONTINUACIÓN: Flamante, marca de polvo para lavar inscrita por la Sociedad Nacional de Industrias la Estrella de Valparaíso, 1939.

BELOW, RIGHT: Oralgene, trademark for an antiseptic, deodorant and astringent, Santiago, 1940.

ABAJO, DERECHA: Oralgene, marca para antiséptico, desodorante y astringente, Santiago, 1940.

BELOW: Lana Tatita, trademark registered in 1951, and Floreine, trademark for a lotion registered by H. Cauquelin y Cía in 1952, Valparaíso.

ABAJO: Lana Tatita, marca registrada en 1951, y Floreine, marca de perfume registrada por H. Cauquelin y Cía en Valparaíso..



Manufacturas Sumar S.A., Compañía Chilena de Tejidos (CHITECO), Sedylan S.A.C., Hirmas S.A., Industria Textil Comandari, in the field of textiles, Cerámica de Lota and Fábrica Nacional de Loza de Penco (FANALOZA), which led this traditional productive sector. This last company, which beginning in the 1940s captured the entire national market, hired a foreign designer for its Decoration Section who implemented changes that impacted and increased production,⁵⁷ a practice which also extended to other national industries.

It is worth noting that the field of Chilean textile manufacturing registered significant growth beginning in the 1930s, and towards the middle of the 20th century it was second most important manufacturing sector of our national industry. On this subject, an editorial published by *Eva* magazine in 1948 mentioned: “Our textile industry is today one of the country’s greatest prides. The machinery, technicians and raw materials are excellent, and a good example of this is the appreciation for Chilean fabrics abroad, both in Europe and the countries of Latin America and the North.”⁵⁸ In 1955, Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón Yarur, with a workforce of approximately 3,600 employees, expanded its production facilities and infrastructure, as its workshops were no longer capable of “supplying the total consumption of the population,”⁵⁹ while the stocking and sock factory of industrialist Miguel Laban, with 5,000 square meters of floor space, continued its program of improvement and expansion of its industrial machinery.⁶⁰

One of the industries that established an important relationship with CORFO in the mid-20th century was Manufacturas de Metal S.A. (MADEMSA), a company which in 1947 responded to the “strong demand that forces us to respond to sales with deliveries of one, two and three months after receiving the orders. Thus, ‘Mademsa’ was the most perfect collaborator with the Supreme Government’s plans for industrializing the country.”⁶¹ As far as its productive capacity, the company could “execute any type of work in the field of metals: iron, bronze, nickel, copper, etc. Its metallic desks, file cabinets and time card machines, electrical stoves, water heaters, artistic ironmongeries, etc., were all quite well known.”⁶² However, all this vast industrial

Muebles París, Casa Muzard y la Compañía Industrial de Catres (CIC), en el sector del mobiliario; la Fábrica Nacional de Envases y Enlozados S.A. (FENSA), Manufacturas de Metal S.A. (MADEMSA), Industria Metalúrgica FAMELA S.A., CIMET, SINDELEN, SOMELA, en el área de los electrodomésticos; Schwartz Hermanos y Friedler (SHYF), Plásticos del Pacífico, Burgoplast y Haddad, en la industria del plástico; Manufacturas Chilenas de algodón YARUR S.A., Fábricas Textiles Caupolicán, Manufacturas Sumar S.A., Compañía Chilena de Tejidos (CHITECO), Sedylan S.A.C., Hirmas S.A., Industria Textil Comandari, en el área textil, Cerámica de Lota y la Fábrica Nacional de Loza de Penco (FANALOZA), que lideró este tradicional sector productivo. Esta última, que a partir de los años 40 absorbió por completo el mercado nacional, incorporó a la Sección Decorados a un diseñador extranjero, que produjo modificaciones que repercutieron aumentando la producción,⁵⁷ práctica que también se hizo extensiva a otras industrias nacionales.

En el ámbito de la manufactura textil chilena, cabe mencionar que ésta registró un importante crecimiento a partir de los años treinta, ocupando hacia mediados del siglo XX el segundo lugar como sector productivo de la industria nacional. Al respecto, en una editorial publicada por la revista *Eva* en 1948 se menciona lo siguiente: “Nuestra industria textil es hoy día uno de los mayores orgullos de nuestro país. Las maquinarias, técnicos y materias primas son excelentes, y una buena muestra de ello es el aprecio que por los géneros chilenos se tiene en el extranjero, tanto en Europa como en los países de América Latina y del Norte”.⁵⁸ En 1955, la Fábrica de Hilados y Tejidos de Algodón Yarur, con una dotación aproximada de 3 mil 600 empleados, ampliaba sus dependencias e infraestructura de producción ya que sus talleres no bastaban “para abastecer el consumo total de la población”,⁵⁹ al tiempo que la fábrica de medias y calcetines del industrial Miguel Laban, con 5 mil metros cuadrados de edificación, continuaba su programa de mejoramiento y ampliación de la maquinaria industrial.⁶⁰

Una de las industrias que sostuvo una relación importante con la CORFO a mediados del siglo XX fue Manufacturas de Metal S.A. MADEMSA, empresa que en 1947 respondía a



ABOVE: trademark by Ibáñez y Cía., registered for the sale of coffee, tea, yerba mate and other similar products, Santiago, 1939.

ARRIBA: marca de Ibáñez y Cía., registrada para la comercialización de café, té, yerba mate y otros productos similares, Santiago, 1939.

57. Unknown Author; “FANALOZA en marcha.” *Fanalozza*, N° 2, Penco, 1963, s/p.

58. Gómez de la Serna, Elena; “Hoy hablaremos de moda.” In: *Eva*, N° 170, Santiago, Empresa Editora Zig-Zag, June 18, 1948, p. 11.

59. *Ibid.*, p. 405.

60. During the 1960s, at its peak, the Chilean textile industry was responsible for 11% of all national production, a figure that allowed it to almost completely satisfy its local demand for consumption.

61. Unknown Author; “Mademsa aporta su decidida colaboración a la industrialización del país.” In: *En Viaje*, N° 167, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, September 1947, p. 70.



ABOVE: trademark registered by Sociedad Productos de Papel S.A., for toilet paper and paper towels, 1939. Such was the success of some products that they were incorporated into everyday conversation, transforming the brand name into the generic name of the product. Besides "Papel Confort," other emblematic cases were "Jabón Gringo," expanded polystyrene, better known as "Plumavit," the insecticide "Tanax," and the "Alpargatas" brand name.

ARRIBA: marca inscrita por la Sociedad Productos de Papel S.A., para papel higiénico y toallas de papel, 1939. Tal fue el éxito de algunos artículos que lograron incorporarse en la conversación cotidiana, transformando a la marca en el nombre genérico del producto. Además del papel "Confort", otros casos emblemáticos fueron el "Jabón Gringo", el poliestireno expandido, mejor conocido como "Plumavit", el insecticida "Tanax", y la marca "Alpargatas".

activity required "bringing into the country manufacturing elements such as stampers, automatic lathes and modern manufacturing tools, which would expand production and allow the adaptation of new fields..."⁶³

Another area of national industry that garnered the support of the Chilean Development Agency was the field of electrical artifacts, whose consumption had been affected by "the cease of imports... [on the other hand] ...the Electrification Plan demanded an increasing rhythm of production."⁶⁴ In response to these necessities, "Electromat, S.A. was created and capitalized. This industry now supplies the country with electrical outlets, switches, cables and similar essential manufactured products, as well as the manufacture of light bulbs it had recently initiated."⁶⁵

A representative case of cooperation between the Chilean State and foreign companies was the project executed with General Tire and Rubber, a U.S. company whose participation made it possible to open the Industria Nacional de Neumáticos S.A. (INSA), which in 1946 boasted "a production capacity of 70,000 tire and inner tube units per year, enough to satisfy national consumption,"⁶⁶ and which under the GENERAL INSA brand satisfied the needs of both the automobile market and the country's productive activity. In 1950, an advertisement for the company boasted that it contributed "to Chile's wealth with the production of more than 75 products that are vital to the industry"⁶⁷ and that "Industria Nacional de Neumáticos S.A., which has always served the advancement of Mining, intends to invest a large sum of dollars to purchase new machinery in order to intensify tire production, as one more demonstration of its great trust in Chile's brilliant future."⁶⁸

In the same line of collaboration, and in response to the political and economic gravitation of the United States in the region as the post-war period evolved, the Industrial Technical Cooperation Service (SCTI) was created in 1952, through an agreement between CORFO and the Institute of American Affairs, with the initial goal of providing support for the management of Chilean industrial companies according to the premises established in "Point Four" of President Truman's government program.⁶⁹ The program, "whose general aspects

"la fuerte demanda que hace colocar ventas con entrega de uno, dos y tres meses fecha de las órdenes. En esta forma 'Mademsa' realiza la más perfecta colaboración con los planes del Supremo Gobierno de industrialización del país."⁶¹ En cuanto a su capacidad productiva, la firma podía "ejecutar cualquier tipo de trabajo del rubro de metales: fierro, bronce, alpaca, cobre, etc. Son demás conocidos sus escritorios metálicos, archivadores y tarjeteros, estufas eléctricas, califonts, broncearía artística, etc."⁶² Sin embargo, toda esta vasta actividad industrial precisaba "la traída al país de elementos de fabricación, como estampadoras, tornos automáticos y utensilios modernos de fabricación, que ampliará la producción y permitirá la adaptación de nuevos rubros..."⁶³

Otro de los ámbitos de la industria nacional que contó con el apoyo de la Corporación de Fomento fue el de los artefactos eléctricos, cuyo consumo había sido afectado por "el cese de las importaciones... [por otro lado] ...el Plan de Electrificación exigía un ritmo creciente de producción."⁶⁴ Como respuesta a estas necesidades "se formó y capitalizó Electromat, S.A. Esta industria abastece hoy al país de enchufes, interruptores, cordones eléctricos y otras manufacturas análogas indispensables, fuera de la fabricación de ampolletas que ha emprendido recientemente."⁶⁵

Un caso representativo de colaboración entre el Estado chileno y las empresas extranjeras fue el proyecto realizado con la General Tire and Rubber, firma estadounidense cuya participación hizo posible la apertura de la Industria Nacional de Neumáticos S.A. INSA, que en 1946 ostentaba "una capacidad de producción de 70 mil unidades de neumáticos y cámaras al año, suficientes para abastecer el consumo nacional",⁶⁶ y que bajo la marca GENERAL INSA abordó las necesidades tanto del mercado automotriz, como de la actividad productiva del país. En 1950, un aviso publicitario de la firma señalaba que ésta aportaba "a la riqueza de Chile con la producción de más de 75 productos vitales a la industria"⁶⁷ y que la "Industria Nacional de Neumáticos S.A., que ha servido siempre al progreso de la Minería, se propone invertir una fuerte suma de dólares en la adquisición de nuevas maquinarias para intensificar la producción de neumáticos, como una prueba

63. Ibid.

64. Unknown Author; "Realizaciones y propósitos de la Corporación de Fomento de la Producción..." p. 98.

65. Ibid.

66. Ibid.

67. "Chile es un gran país con un gran futuro." In: *En Viaje*, N° 201, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, July 1950, inside cover page.

68. Ibid.

69. This point was associated to the announcement that President Truman made in a 1949 speech regarding the creation of an international technical and financial consultancy program to promote development in "underdeveloped" countries.

ABOVE, LEFT: trademark registration for a cured meat factory Productos Fernández S.A., Talca, 1955.

ARRIBA, IZQUIERDA: inscripción de marca de fábrica de cecinas Productos Fernández S.A., Talca, 1955.

ABOVE, RIGHT: a similar case is the popular condiment Negrita, a trademark registered by Enrique Helfmann Rojas, Santiago, 1951.

ARRIBA, A LA DERECHA: popular condimento Negrita, marca registrada por Enrique Helfmann Rojas, Santiago, 1951.

BELOW: trademark registered by industrialist George C. Anastassiou for non-alcoholic beverages, La Serena, 1939.

ABAJO: marca registrada por el industrial George C. Anastassiou para jugo de papayas y bebidas analcohólicas, La Serena, 1939.



SE SIRVE BIEN HELADO
AGITASE ANTES DE ABRIR

PAPAYA JUICE

JUGO DE PAPAYAS

PURO JUGO DE FRUTAS SIN GAS CARBONICO

"CERES"
BRAND
GEORGE C. ANASTASSIOU
LA SERENA - CHILE

A DELIGHTFUL DIGESTIVE AND THIRST QUENCHING
NON ALCOHOLIC DRINK

ATENCION

**EL JUGO DE PAPAYAS
"CERES"
BRAND**

Es puro de frutas maduras y sanas, con todo el sabor y cualidades medicinales de las Papayas. Es la bebida estomacal por excelencia, refrescante y agradable, recomendada para la mesa y refrescos.

Ha merecido el **PRIMER PREMIO** entre todas las bebidas analcohólicas en la Exposición de PEÑUELAS.

Para la legitimidad exija esta firma

G. Anastassiou

BELOW: although the sports club Colo Colo was founded in 1925, the registration of his pennant or emblem is from 1951.

ABAJO: pese a que el club deportivo Colo Colo se fundó en 1925, el registro de su banderín o emblema data de 1951.



were laid out in the Agreement sustained on June 30, 1952 and extended until 1960 on March 1955,⁷⁰ gave particular emphasis to the productive factor:

“The concept of ‘productivity’ is practically unknown among us. In Europe and the United States, on the other hand, where a true battle is being fought to improve production, and thus obtain a better standard of living for their inhabitants, not only has this concept been discussed, but its practical applications have also been seen. Productivity is, in effect, the analysis of the performance of production, in order to increase it, improve it and lower its costs.”⁷¹

On the other hand, the “inward-oriented development” model, based on the guardianship of the State, was opposed to the free market and the consumer society promoted by the northern country, where the initiative remained in the private sector:

“In the United States, where there is free entrepreneurship and where both the law and the Government ensure free competition, all industrial and commercial companies maintain scientific research services at high costs in order to find methods or techniques capable of increasing and improving their productivity, creating new incentives for consumption, expanding their current markets, discovering new raw materials, etc. Since industries do not rely on the protection of the government to obtain fiscal subsidies, they are permanently concerned with providing customers with larger quantities of better quality goods for less money, as the only means to ensure their own subsistence and prosperity.”⁷²

Although many of the large national industries for consumer goods received some type of support from the SCTI,⁷³ the public and private programs implemented to support the increasing complexity of industrial products had to deal with the proportional increase of technological dependence and foreign capital investment. For this reason, the modernization of the productive structure of these companies—which included the design and production processes for manufactured goods—was based primarily on “specialization” visits designed to obtain knowledge of foreign industry.

In 1962, the agency changed its name to the Technical Cooperation Service (SERCO-TEC), and focused its actions on the artisan

más de su firme confianza en el brillante futuro de Chile.”⁶⁸

En la misma línea de colaboración y respondiendo a la gravitación política y económica de Estados Unidos en la región, a medida que avanzaba la posguerra, en 1952, fue creado el Servicio de Cooperación Técnica Industrial (SCTI), institución surgida mediante un convenio entre la CORFO y el Instituto de Asuntos Americanos, cuya finalidad inicial fue otorgar respaldo a la gestión de las empresas industriales chilenas de acuerdo a las premisas establecidas en el “Punto Cuatro” del programa de Gobierno del Presidente Truman.⁶⁹ El programa “delineado en sus aspectos generales en el Acuerdo concertado el 30 de junio de 1952 y prorrogado en marzo de 1955 hasta el año 1960”,⁷⁰ asignaba especial énfasis al factor productivo:

“El concepto de ‘productividad’ es prácticamente desconocido entre nosotros. En cambio en Europa y Estados Unidos, donde se está librando una verdadera batalla para mejorar la producción, con el fin de obtener un mejor nivel de vida para sus habitantes, no sólo se ha difundido el concepto, sino sus aplicaciones prácticas. Productividad es, en efecto, el análisis del rendimiento de la producción, con el fin de aumentarla, de mejorarla y de bajar sus costos.”⁷¹

Por otra parte, el modelo de “desarrollo hacia adentro”, basado en la tutela estatal, se contraponía al libre mercado y la sociedad de consumo promovida por el país del norte, donde el protagonismo radicaba en el sector privado:

“En Estados Unidos, donde existe la libre empresa y en donde tanto la Ley como el Gobierno aseguran la libertad competitiva, todas las empresas industriales y comerciales mantienen servicios de investigación científica a elevado costo a fin de encontrar métodos o técnicas capaces de hacer aumentar y mejorar su productividad, crear nuevos incentivos de consumo, expandir sus mercados actuales, descubrir nuevas materias primas, etc. Como las industrias no se hallan consideradas por la tutela gubernamental para otorgarles subsidios fiscales, ellas se encuentran permanentemente preocupadas en ofrecer al cliente más cantidad de mercaderías de una mejor calidad por menos dinero, como único medio de asegurarse subsistencia y prosperidad.”⁷²

70. Unknown Author; “Impulsando el progreso de Chile.” In: *En Viaje*, núm. 268, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, February 1956, p. 52.

71. Unknown Author; “Un efectivo aporte a la industria chilena. El Servicio de Cooperación Técnica Industrial y los nuevos sistemas de producción.” In: *Medio siglo de Zig-Zag. 1905-1955*. Santiago, Empresa Editora Zig-Zag, 1955, p. 418.

72. Unknown Author; “Impulsando el progreso de Chile”..., p. 52.

73. For example: durable goods and appliances by Standard Electric, ELECTROMAT and Phillips Chilena, FENSA, SINDELEN, Confecciones Oxford and SIAM Di Tella; Muebles CIC and Mueblería Paris; SHYF plastics, FANALOZA dishes; SOCOMETAL metals; as well as food and textile factories. In: Monsalves, Marcelo; “Las PYME y los sistemas de apoyo a la innovación tecnológica en Chile.” CEPAL, Serie Desarrollo Productivo, N° 126, Santiago, 2002, pp. 23-24.



ABOVE: Fresia, trademark registration by Maino, Orlandini y Cía. Ltda., Santiago, 1937.

ARRIBA: Fresia, inscripción de marca de Maino, Orlandini y Cía. Ltda., Santiago, 1937.



CENTRE: product trademark registration in Chile for Nestlé and Anglo-Swiss Condensed Milk Company (Switzerland), 1938.

AL CENTRO: registro de marca de producto en Chile de Nestlé and Anglo-Swiss Condensed Milk Company (Suiza), 1938.



LEFT: besides fuels, Compañía de Petróleos de Chile also sold wax for floors, Santiago, 1945.

IZQUIERDA: la Compañía de Petróleos de Chile, además de combustibles, comercializó cera para pisos, Santiago, 1945.

BELOW: trademark registered by Compañía de Petróleos de Chile for industrial fats, essences and oils, Santiago, 1955.

ABAJO: marca inscrita por la Compañía de Petróleos de Chile para grasas, esencias y aceites industriales, Santiago, 1955.

sector and small and medium-sized industries, among other factors, because of the studies conducted by ECLAC in 1960 and 1969, which placed the emphasis of the discussion on the problem of underdevelopment in the region and the unfavorable center-periphery economic relationship, which had not been resolved by ISI policies:

"It is well-known that import substitution has not resolved the chronic deficit of the balance of payments and has created a very rigid external relationship, because of the gravitation of essential intermediate products and capital goods... In terms of industrialization, the indiscriminate substitution of imports has expanded the industry of durable consumer good, to the detriment of strengthening strategic activities such as the iron and steel industry, chemical and petrochemical industries, and the manufacture of machinery and equipment."⁷⁴

In the last phase of the inward-oriented development model, government policies gradually assigned greater importance to developing national patents as an alternative for generating currency in the context of an increasingly unfavorable balance of payments, as the country faced new challenges such as the nationalization of basic resources and Agrarian Reform.

A pesar de que muchas de las grandes industrias nacionales de bienes de consumo recibieron algún tipo de apoyo del SCTI,⁷³ los programas públicos y privados implementados para apoyar la complejización de los artículos industriales debieron enfrentar el aumento proporcional de la dependencia tecnológica y la inversión de capital extranjero. Por tal razón, la modernización de la estructura productiva de estas empresas –que incluía los procesos de diseño y producción de manufacturas– se basó principalmente en viajes de especialización para obtener conocimientos de la industria extranjera.

En 1962 el organismo cambió su denominación a Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), enfocando su acción hacia el sector artesanal y la pequeña y mediana industria, entre otros factores, a causa de los estudios realizados por la CEPAL para los años 1960 y 1969, que situaron el énfasis de la discusión en la problemática del subdesarrollo en la región y la desfavorable relación económica centro-periferia, lo que no había encontrado solución a través de las políticas ISI:

"Es sabido que la sustitución de importaciones no ha resuelto el déficit crónico de la balanza de pago y ha creado una relación externa muy rígida, por la gravitación de productos



74. *Informe económico para América Latina 1969*. CEPAL, 1970, p. 7.

RIGHT: trademark for water for cleaning clothes by Enrique Goycolea Pinilla, Santiago, 1955.

DERECHA: marca de agua de lavar ropa registrada por Enrique Goycolea Pinilla, Santiago, 1955.

CENTRE, LEFT: trademark for footwear by Pirotte Cía. Ltda., Santiago, 1930.

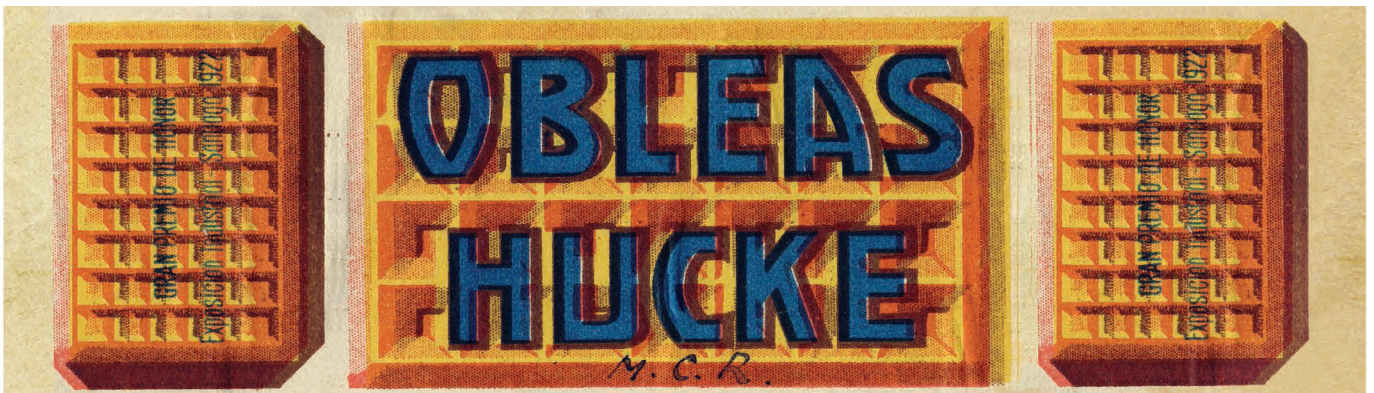
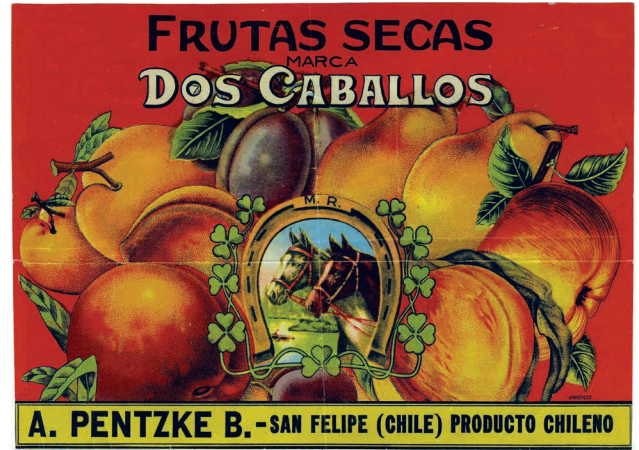
CENTRO, A LA IZQUIERDA: marca para calzado de Pirotte Cía. Ltda., Santiago, 1930.

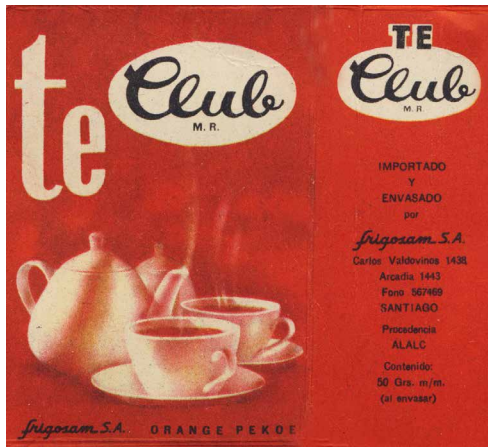
CENTRE, RIGHT: trademark registered to the descendants of merchant Alberto Pentzke B., for dried fruits, San Felipe, 1951..

AL CENTRO, A LA DERECHA: marca inscrita a nombre de la sucesión Alberto Pentzke B., comerciante, para frutas secas, San Felipe, 1951.

BOTTOM: trademark registered by Hucke Hnos. S.A., Valparaíso, 1924.

AL FINAL: marca registrada por Hucke Hnos. S.A., Valparaíso, 1924.





LEFT: trademark registered in Chile for the Brasso brand of household cleaners, 1929.

IZQUIERDA: marca registrada para Chile de limpiador doméstico marca Brasso, 1929.

RIGHT: trademark registration by Perlina S.A., industrialist, Viña del Mar, 1953.

DERECHA: registro de marca Perlina S.A., industrial, Viña del Mar, 1953.

NEXT: marca de agua de lavar ropa registrada por Enrique Goycolea Pinilla, Santiago, 1955.

SIGUIENTE IMAGEN: trademark for water for cleaning clothes by Enrique Goycolea Pinilla, Santiago, 1955.



BELOW: semolina package by Empresa de Molinos y Fideos Carozzi, Quilpué, 1939.

ABAJO: envase de sémola de Compañía de Molinos y Fideos Carozzi, Quilpué, 1939.



BELOW, CENTRE: graphic image of the Chilean huaso that was linked to the popular brand Bidú, registered by Orange Crush Company for alcoholic beverages, waters and carbonated beverages, as well as printed materials and publications, painted signs and printed materials, pamphlets and projects. United States, 1955.

ABAJO, AL CENTRO: imagen gráfica del huaso chileno que se vinculó a la popular marca Bidú, inscrita por la Orange Crush Company para bebidas alcohólicas, aguas y bebidas gaseosas, además de impresos y publicaciones, carteles pintados e impresos, folletos y proyectos. Estados Unidos, 1955.

BELOW: Zulemita, trademark for threads, wools and silks, registered in Santiago by Luis León e hijos Limitada, 1980.

ABAJO: Zulemita, inscripción de marca de hilos, lanas y sedas de Santiago, realizada por Luis León e hijos Limitada, 1980.

BOTTOM: Banda Roja, trademark for paints registered in 1922. Despite the prohibition on registering national emblems for commercial products, that continued being used as an important mechanism for establishing a bond with consumers.

AL FINAL: Banda Roja, marca de pinturas inscrita en 1922. A pesar de la prohibición del registro de emblemas nacionales para productos con una lógica comercial, su uso continuó siendo un mecanismo importante para establecer vínculos afectivos con el consumidor.

REFERENTIAL TRADEMARKS AND PATENTS OF NATIONAL INDUSTRY DURING THE PERIOD

The first studies and analyses of Chilean commercial trademarks, both in their legal and morphological aspects, were developed in the field of legal and social sciences, as well as in trademark and patent magazines and publications such as *La Propiedad Industrial* (“Industrial Property”), which came from the field of production. These disciplines and spaces for dissemination conducted the first studies and attempts to disseminate the history and general concepts that defined the universe of commercial trademarks on issues such as the classification of signs, their nomenclature, the use of color, and the confusions between the use of vignettes, emblems, drawings, photographs, etc.

The bibliography on the issue of trademarks under review at that time came mainly from trademark treaties and studies edited in France, Spain and, to a lesser extent, Argentina. The authors of the period agreed that the main attributes of trademarks must be originality, specialization, invariability and veracity. Thus, in the few studies on trademarks conducted within the country, the presence of trade also



intermedios esenciales y bienes de capital... En lo que toca a la industrialización, la sustitución indiscriminada de importaciones ha llevado a ampliar las industrias de bienes de consumo duraderos, en desmedro del fortalecimiento de actividades estratégicas como la siderurgia, las industrias químicas, la petroquímica, y la fabricación de maquinaria y equipos.⁷⁴

Hacia los últimos años del modelo de desarrollo hacia adentro, las políticas estatales asignaron gradualmente mayor importancia al desarrollo de patentes nacionales como alternativa para la generación de divisas ante una balanza de pagos cada vez más desfavorable, al tiempo que debieron enfrentarse nuevos desafíos como la nacionalización de las riquezas básicas y la Reforma Agraria.

REFERENTES DE MARCAS Y PATENTES DE LA INDUSTRIA NACIONAL EN EL PERÍODO

Los primeros estudios y análisis de marcas comerciales chilenas, tanto en sus aspectos legales como morfológicos, se desarrollaron en el ámbito de las ciencias jurídicas y sociales, así como también en revistas de marcas, patentes y publicaciones como *La Propiedad Industrial*, que procedían de la esfera de la producción. En estas disciplinas y espacios de divulgación se hicieron los primeros estudios e intentos por difundir la historia y los conceptos generales que definían el universo de las marcas comerciales en temas como la clasificación de los signos, la nomenclatura de éstos, el uso del color y las confusiones entre el uso de viñetas, emblemas, dibujos, fotografías, etc.

La bibliografía relativa al tema de las marcas que se consultaba por aquel entonces provenía



became evident as a differentiating and organizing element, as is well documented in a Thesis Exam on this issue:

“If, at any point, trademarks did not exist, the ensuing chaos would be insurmountable. How could consumers identify the products they liked, and how could suppliers provide them? How could physicians issue prescriptions, pharmaceutical staff prepare them, and patients ingest them if products were not identified? In truth, the trademark has entered our daily lives, without us even noticing, and both their existence and their protection are of the utmost importance.”⁷⁵

Another important measure was the prohibition of registering national shields, flags or emblems as commercial trademarks, since it was considered that those patriotic symbols could not be appropriated because they belonged to the entire nation. Despite this fact, and following a practice that became widespread during the previous century, there was still a proliferation of graphic identifiers for companies or products that appropriated our civic and republican symbols in all types of markets.

Aspects such as the unlawful appropriation of commercial trademarks due to graphic or phonetic similarity, or cases which threatened the registration of the original patent of the product for sale, would become increasingly relevant issues on the national scene. It was even thought that these practices hinged on changes in moral values and the public order of Chilean society, according to the conclusions of a study conducted in 1950: “Piracy of foreign trademarks is, undoubtedly, immoral... However, nothing has been done to try to stop this monster that devours new foreign and national trademarks every day.”⁷⁶

Similarly, certain problems appeared with national brands such as Copec and Sopec, a manufacturer of chemical and industrial products; the beverages brands Bilz and Estilo Bilz; Jabón Gringo and Gringo brand; Sedalana and Sedylan, wool fabrics; Fosfatina and Fosf-Flour; Fitinol and Fito Urol, Sapolio and Sapolin, etc. To protect themselves against possible signs with graphic or phonetic similarities, they even registered several similar trademarks in order to prevent them from being copied. Thus, for example, the Campana

principalmente de tratados y estudios de marcas editados en Francia, España y en menor medida en Argentina. Los autores de la época coincidían en que los principales atributos de las marcas debían ser la novedad, la especialidad, la invariabilidad y la veracidad. Es así también como en los escasos estudios sobre las marcas realizados en el país se hizo patente la presencia de ellas en el comercio como elemento de diferenciación y organización, como bien testimonia una Memoria de prueba sobre el tema:

“Si en un momento dado las marcas no existieran, el caos que se formaría sería insalvable. ¿Cómo podrían los consumidores identificar los productos de su agrado y los proveedores otorgárselos? ¿Cómo podría el médico recetar, el farmacéutico despachar y el paciente ingerir si no se identificaren los productos? Es que verdaderamente la marca se ha adentrado en nuestra vida diaria, sin que lo hayamos notado, y es de máxima importancia tanto su existencia como su protección”.⁷⁵

Otra medida importante fue la prohibición de inscribir escudos, banderas o emblemas nacionales como marcas comerciales, al considerar que dichos símbolos patrios no eran susceptibles de apropiación por pertenecer a toda la nación. A pesar de ello, y en una práctica iniciada con profusión en el siglo anterior, siguieron proliferando los identificadores gráficos de empresas o productos que se apropiaron de nuestra simbología cívica republicana en todo tipo de mercados.

Aspectos como la apropiación indebida de marcas comerciales por semejanza gráfica o fonética, o casos que atentaran contra el registro de la patente original del producto en venta, comenzarían a ser temas cada vez más relevantes en el ámbito nacional. Incluso, se pensaba que dichas prácticas dependían del cambio de los valores morales y el orden público en la sociedad chilena, de acuerdo a lo que planteaba una investigación realizada en 1950: “La piratería de marcas extranjeras, indudablemente, es inmoral... Sin embargo, nada se ha hecho para intentar detener este monstruo que día a día devora nuevas marcas extranjeras y nacionales”.⁷⁶

Asimismo, se suscitaron problemas con marcas nacionales como Copec y Sopec, un fabricante de productos químicos e industriales; la marca de bebidas Bilz y Estilo Bilz, del mismo

TETRA PAK



ABOVE: Tetra Pak, U.S. trademark for the sale of products in Chile, 1962.

ARRIBA: Tetra Pak, marca estadounidense para comercialización de productos en Chile, 1962.

CENTRE: Sodimac, trademark registered for the sale of construction materials, 1968.

EN EL CENTRO: Sodimac, marca inscrita para comercializar materiales de construcción, 1968

BELOW: trademark by Fábrica de Cemento El Melón S.A., for printed materials, 1962.

ABAJO: marca de la Fábrica de Cemento El Melón S.A., para impresos, 1962.

75. Farah Rabbah, Jorge; *Marcas comerciales*. Thesis exam to obtain the degree of Bachelor of Law. Santiago, Faculty of Legal and Social Sciences, Universidad de Chile, 1950, p. 488.

76. *Ibid.*, p. 530.

BELOW: wine trademark's registered
Domenech Compañía Limitada of
Valparaíso, 1952.

ABAJO: marca de vinos registrada
Domenech Compañía Limitada de
Valparaíso, 1952.



BELOW: trademark for yerba mate registered by Gildemeister & Cía. Ltda., merchant from Santiago, 1951.
ABAJO: marca de yerba mate registrada por Gildemeister & Cía. Ltda., comerciante de Santiago, 1951.



RIGHT: registered trademark for mineral water that has been linked for years to national consumers as an emblematic product. This is the first label registered by agriculturalist Alejandro Holmes Paisly, Requinoa, 1928.

DERECHA: inscripción de marca de agua mineral de mesa que por años ha estado vinculada al consumidor nacional como un producto emblemático. Se trata de la primera etiqueta registrada por el agricultor Alejandro Holmes Paisly, Requinoa, 1928.

FROM TOP TO BOTTOM: Jumbo, trademark for phonographs and acoustic devices, 1930; Lonco Leche, trademark for dairy products, Santiago and Cautín, 1968, and Compañía Chilena de Tabacos S.A., 1973.

DE ARRIBA HACIA ABAJO: Jumbo, marca de fonógrafos y aparatos acústicos, 1930; Lonco Leche, marca de productos lácteos, Santiago y Cautín, 1968, y Compañía Chilena de Tabacos S.A., 1973.

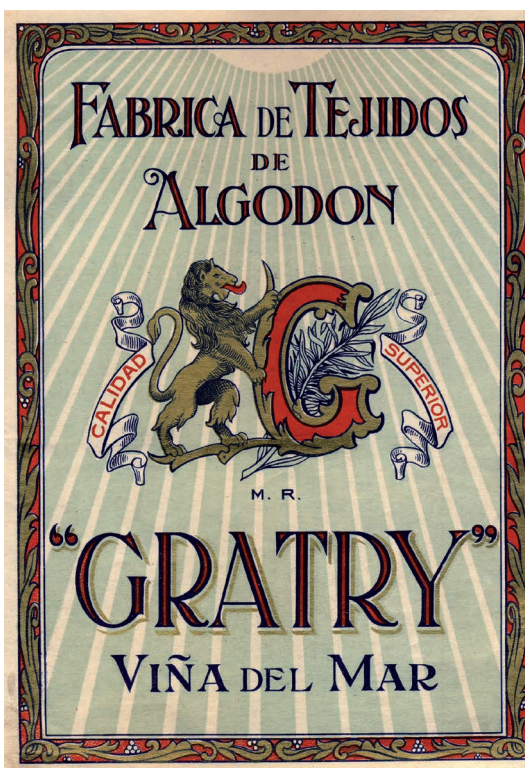


brand was registered, together with Campaña, Campera, Campina, Campanal, Campa and Cabana. This also led to the creation of the concept “trademark denigration,” which was observed when a trademark that was already well-known because of its use and advertising, appeared in the same market as another one with an identical name, but reserved for the manufacture of a different type of product. This practice meant that there were cases of merchants or industrialists who wanted to register a trademark that was identical to an already prestigious one to identify totally different products, taking advantage of the recognition, consumer loyalty and advertising of the company that held the sign.

In 1928, someone tried to register a Yes-Yes trademark for soap, when there was already a registered trademark called “Yes-Yes. Jabón Gringo, mucho bueno.” This led the Company that owned the trademark to legally accredit that the most well-known features of its product were precisely the words “Yes-Yes.” A similar situation occurred some years later with the Yarur textile factory, as observed in a printed document from that period: “An application was submitted to register this trademark... to identify a soap; if we analyze the tremendous dissemination that the aforementioned

rubro; Jabón Gringo y marca Gringo; Sedalana y Sedylan, tejidos de lana; Fosfatina y Fosf-Harina; Fitinol y Fito Urol, Sapolio y Sapolin, etc. Para ponerse a salvo de posibles signos que tuvieran similitudes gráficas o fonéticas, se llegaban a registrar incluso varias marcas afines con el fin de protegerlas de las copias. Así, por ejemplo, se inscribió la marca Campana y además Campaña, Campera, Campina, Campanal, Campa y Cabana. Ello condujo también al manejo del concepto “denigración de marcas” que surgía a luz pública cuando una marca, ya consagrada por el uso y la publicidad, veía aparecer en el mismo mercado otra de nombre idéntico pero dirigida a la fabricación de otro tipo de producto. Tal práctica significó que se presentaran casos de comerciantes o industriales que pretendieron registrar una marca idéntica a otra de prestigio para distinguir artículos enteramente distintos, aprovechándose de su difusión, la fidelidad del consumidor y la propaganda de la empresa titular del signo.

En 1928 se trató de registrar la marca Yes-Yes para un jabón, estando ya registrada la marca “Yes-Yes. Jabón gringo, mucho bueno”, lo que llevó a la compañía propietaria de la marca a acreditar legalmente que los elementos más divulgados de su producto eran precisamente las palabras Yes-Yes. Una situación similar se



LEFT: trademark of the Yarur Hnos. company, for looms and textiles, Santiago, 1939.

IZQUIERDA: marca de la industria Yarur Hnos., para telar y tejidos en general, Santiago, 1939.

NEXT: trademark registered by Fábrica de Tejidos de Algodón Gratry, Viña del Mar, 1939.

SIGUIENTE IMAGEN: marca registrada para Fábrica de Tejidos de Algodón Gratry, Viña del Mar, 1939.

trademark enjoys, and its form of advertising –everybody knows the phrase “Yarur products”– we must presume that a registration such as this would cause confusion among consumers regarding the origin of the products, based on the trust deposited in this specific product simply by mentioning it.”⁷⁷ Thus, “they intended to register the Yarur trademark to identify cleaning soaps... The Yarur S.A. company opposed this and application was rejected, among other reasons, for indicating a manufacturing origin, and also because it could lead consumers to believe that the soap came from the same industry which is currently so prestigious in our country.”⁷⁸

It also became common practice to print on products information misleading to the origin or quality of goods. At that time, there were already regions, cities or countries famous for certain types of manufactured or natural goods, such as Havana (tobacco), Sèvres (porcelain) and Toledo (cutlery), to mention a few.

In the transition from the 1930s to the 1940s, and confronting the scarcity of imports of European raw materials or manufactured goods caused by World War II, the country had to be supplied through trade with the United States, which was initially hindered by the U.S. participation in the war and the neutral

dio algunos años más tarde con la fábrica de tejidos Yarur, como se indica en un documento impreso de la época: “Se presentó una solicitud para inscribir dicha marca... para distinguir un jabón de lavar; si analizamos la enorme difusión que la marca mencionada tiene, la forma de su propaganda –de todos es conocida la frase “productos Yarur”–, debemos presumir que una inscripción como la de la especie induciría al consumidor en confusiones respecto a la procedencia de la mercadería, en base a la confianza que le merece el producto singularizado, con su sola mención”.⁷⁷ De esta manera, “se pretendió inscribir la marca Yarur para distinguir jabones de lavar... Se opuso la firma Yarur S.A. y la solicitud fue rechazada, entre otras razones, por indicar procedencia manufacturera y porque, además, se podría formar en el consumidor la creencia de que el jabón de lavar era procedente de esa industria tan prestigiada en la actualidad en nuestro medio”.⁷⁸

También devino en práctica común estampar sobre los productos información que inducía a error respecto al origen o la cualidad de la mercancía. Por aquel entonces ya existían regiones, ciudades o países famosos por cierta clase de artículos manufacturados o naturales tales como La Habana (tabacos), Sèvres (porcelanas) y Toledo (cuchillería), por mencionar algunos.

77. *Ibid.*, p. 562.

78. *Ibid.*, p. 525.



ABOVE, LEFT: trademark registration by Sociedad Industrial Telefonak Tiebolaget L. M. Ericsson (Sweden) for the sale of its products, 1955.

ARRIBA, IZQUIERDA: registro de marca Sociedad Industrial Telefonak Tiebolaget L. M. Ericsson (Suecia) para comercialización de sus productos, 1955.

ABOVE, RIGHT: "Comadre" brand powdered detergent container, Compañía Industrial, Santiago, 1950.

ARRIBA, DERECHA: envase de jabón en polvo marca "Comadre", Compañía Industrial, Santiago, 1950.



position Chile adopted at the beginning of the war. This scenario was described in 1941 in the SOFOFA Bulletin:

“A serious problem threatens manufacturing and factory activities: paralyzation due to the increasing shortage of imported raw materials, with the consequential economic and social disruptions.

Supplies have been consumed or are reaching their limit, and to move forward with industrial progress, it is necessary for replacement markets to alleviate the obstacles that hinder supply in a country such as ours, which, without being at war and observing the strictest neutrality, suffers the effects of the measures adopted by the nations that participate, either directly or indirectly, in the conflict.

The only market we can turn to for the raw materials previously sent from Europe, except for a few other countries of our Continent or overseas, is the United States of North America, and since most of the attention of its Government revolves around its national emergency, ordered in defense of democratic principles, the import needs of South American countries are postponed and their petitions find difficulties that such exchanges would not encounter during normal times.⁷⁹

En el paso de los años treinta a los cuarenta y ante la escasez de las importaciones de materias primas o de bienes manufacturados provenientes de Europa a causa de la Segunda Guerra Mundial, el país debió abastecerse del comercio con Estados Unidos, que en un principio se vio dificultado por la participación estadounidense en el conflicto bélico y por la posición neutral que Chile adoptó al comienzo del mismo. Este escenario era descrito en 1941 en el Boletín de la SOFOFA:

“Un grave problema amenaza a las actividades manufactureras y fabriles: paralizar por la carencia cada vez mayor de materias primas de importación con los trastornos consiguientes de orden económico y social.

Las existencias se han consumido o están al borde de este límite y para proseguir la marcha industrial es menester que los mercados de reposición abrevien los tropiezos opuestos al abastecimiento de un país como el nuestro, que, sin estar en guerra y observando la más estricta neutralidad, sufre los efectos de las medidas adoptadas por las naciones que participan, directa o indirectamente, en la beligerancia.

El único mercado al que puede acudir en demanda de las materias primas que antes venían de la Europa, salvo contadas excepciones a favor de otros países del Continente o de ultramar, es

79. “Materias primas de importación. Necesidades urgentes e imposterables.” In: *Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LVIII, No. 9, Santiago, September 1941, p. 573.

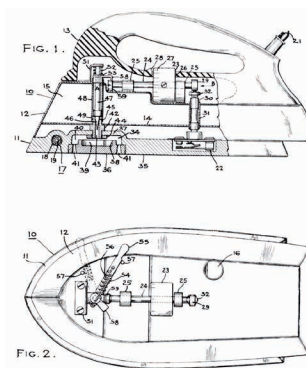
In this scenario, numerous U.S. companies protected the entry of their trademarks and inventions into our country. In 1942, Westinghouse Electric & Manufacturing Company, a Pennsylvania-based company, registered an “improved type of electrical iron with a steam generating device,”⁸⁰ a very prized product for the period, given the health conditions at the national level and the urbanization conditions in the cities. The application also declared that this invention was, at that time, “unknown in the country, and that it has not yet been patented abroad.”⁸¹ In 1945, Thomas Sargent, an invention patent attorney, submitted a request to protect the Industrial Property of a “procedure and device for manufacturing fine glass fibers,”⁸² a technology that benefitted greatly from the automobile industry, among others. The company that owned the invention patent was the Ohio-based Owens-Corning Fiberglas Corporation. In a more sumptuary field of consumption, in 1944 another company from the same country, The Coca Cola Company, with its headquarters in Delaware, introduced in the country a new machine that would be the prelude to its international expansion, and whose strengths were not so much in the trademark but in the technological innovation that increased the precision of an already existing technology:

“This invention refers to liquid dispensing devices. There are a great number of dispensing devices for carbonated water being used continuously, but carbonated water, known as fizzy water, is not consumed as a beverage itself, and is generally mixed with syrups. For some time, it has been common practice in the dispensation of fizzy beverages containing carbonated water and flavored liquids, to serve the water and the syrup successively in the cup or container delivered to the customer, such that the dispensation or sale requires two distinct operations. As is natural, sellers will prefer to execute their selling operations as quickly as possible and without unnecessary efforts, so we have proposed the use of a mechanism that simultaneously serves the fizzy drink and the syrup in the same cup. But for one reason or another, dispensation devices of this type have generally not been accepted. One problem associated to this type of mechanism for serving the liquids simultaneously is

el de los Estados Unidos de Norte América, y como la preferente atención de su Gobierno gira alrededor de la emergencia nacional, decretada en defensa de los principios democráticos, las necesidades de importación de los países sudamericanos se postergan y sus pedidos encuentran dificultades que el intercambio no hallaría durante una época normal.”⁷⁹

En este escenario, numerosas firmas estadounidenses protegieron el ingreso de sus marcas e inventos a nuestro país. En 1942, la Westinghouse Electric & Manufacturing Company, empresa con sede en Pensylvania, inscribió un “tipo perfeccionado de plancha eléctrica con dispositivo generador de vapor”,⁸⁰ bien muypreciado para la época dadas las condiciones de salubridad a nivel nacional y de urbanización en las ciudades. La solicitud, también señalaba que este invento era a la fecha “desconocido en el país, y que aún no ha sido patentado en el extranjero”.⁸¹ Thomas Sargent, procurador de patentes de invención, presentaba en 1945 la solicitud para proteger la Propiedad Industrial de un “procedimiento y aparato para fabricar finas fibras de vidrio”,⁸² tecnología que benefició ampliamente a la industria automotriz, entre otros rubros. La compañía propietaria del invento era la Owens-Corning Fiberglas Corporation, con sede en Ohio. En un ámbito más suntuario del consumo, otra firma del mismo país, The Coca Cola Company con casa matriz en Delaware, introdujo al país en 1944 una nueva maquinaria que sería el prelude de su expansión internacional, donde las fortalezas no radicaban tanto en la marca sino en la innovación tecnológica para otorgar precisión a una tecnología ya existente:

“Este invento se refiere a aparatos surtidores de líquido. Hay gran número de aparatos surtidores de agua carbonatada en continuo uso, pero el agua carbonatada, llamada agua gaseosa, no se consume por si misma como bebida, y en general se la mezcla con jarabes. Desde hace tiempo es práctica común en el expendio de bebidas gaseosas que contienen agua carbonatada y líquido de esencias, servir el agua y el jarabe sucesivamente en el vaso o envase que se entrega al cliente, de modo que para el expendio o venta se requieren dos operaciones distintas. Como es natural, el vendedor preferirá ejecutar su operación de venta lo más



ABOVE: patent registered in Chile by the Westinghouse Electric & Manufacturing Company for improving electric steam irons, 1943. ARRIBA: patente de invención registrada en Chile por la Westinghouse Electric & Manufacturing Company para el perfeccionamiento de planchas eléctricas a vapor, 1943.

80. Patent application N° 9.413, March 17, 1942. Published in the Official Journal on April 18, 1942.

81. Ibid.

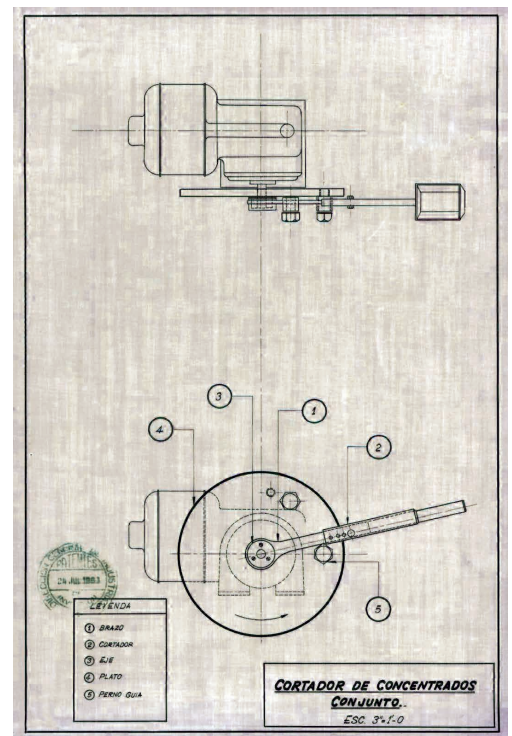
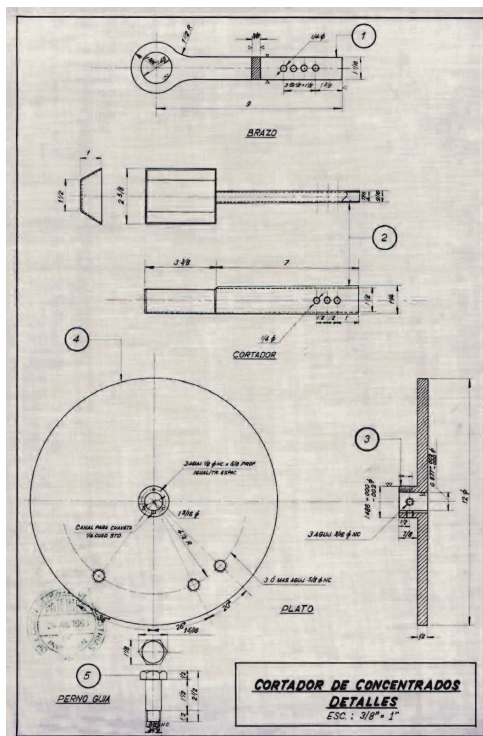
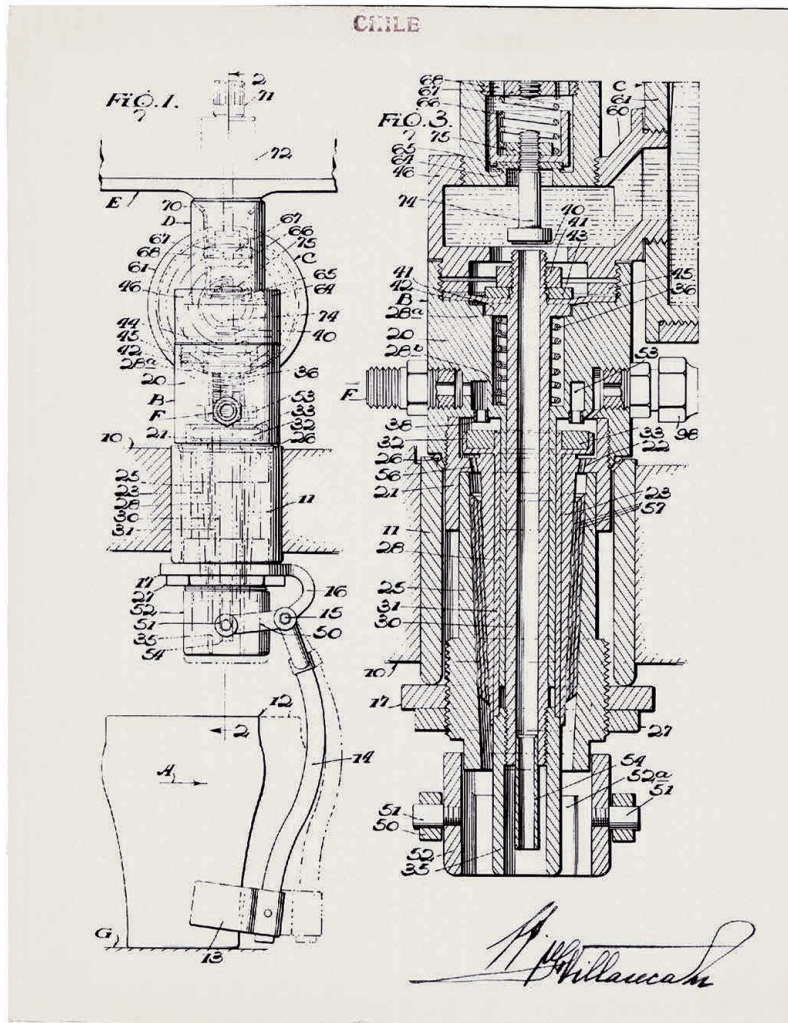
82. Patent application N° 10.208, May 4, 1945. The Invention Patent was finally granted on December 31 of the same year.

RIGHT: invention patent application submitted by The Coca-Cola Company for "dispensing devices for carbonated water and syrups in a cup or container delivered to the customer." The presentation was made in 1944 in Chile in representation of Bruce Gray Copping, citizen of Atlanta.

DERECHA: solicitud de patente de invención efectuada por The Coca-Cola Company para "aparatos surtidores de agua carbonatada y jarabes en el vaso o envase que se entrega al cliente". La presentación fue realizada en 1944 en Chile a nombre de Bruce Gray Copping, ciudadano de Atlanta.

BELOW: patent requested by Bradden Copper Company, Sociedad Anónima Minera (Rancagua, Chile), for its "procedure and mechanism for continuously obtaining samples of products that are ground, dried or in the form of pulps or pastes, and transported using conveyor belts," granted in 1963.

ABAJO: patente solicitada por la Braden Copper Company, Sociedad Anónima Minera (Rancagua, Chile), para su "procedimiento y dispositivo para obtener muestras en forma continua de productos molidos, secos o en forma de pulpa o pasta, que se conduzcan por medio de correas o cintas transportadoras", otorgada en 1963.



LEFT: xerographic reproduction device, an invention patent granted in 1965 by Xerox Corporation (United States).

IZQUIERDA: aparato reproductor xerográfico, patente de invención otorgada en 1965 a Xerox Corporation (Estados Unidos).

BELOW: patent belonging to Southwire Company (United States), for "a procedure and device for melting metals, especially a continuous copper bar that can subsequently be stretched," 1965.

ABAJO: patente de la Southwire Company (Estados Unidos), para "un procedimiento y aparato para fundir continuamente metales, especialmente cobre en barra continua que puede ser ulteriormente estirada", 1965.

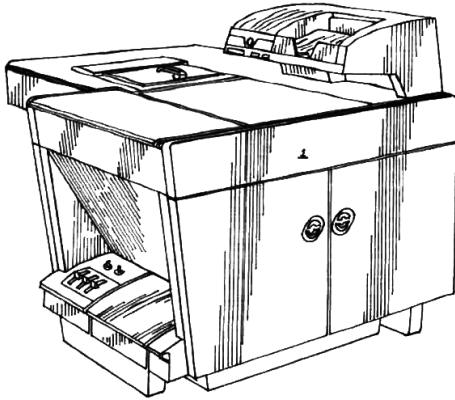


FIG. 1

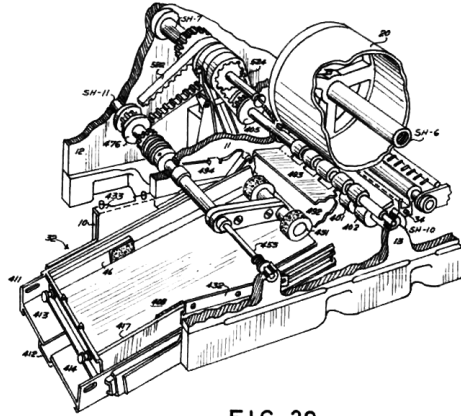
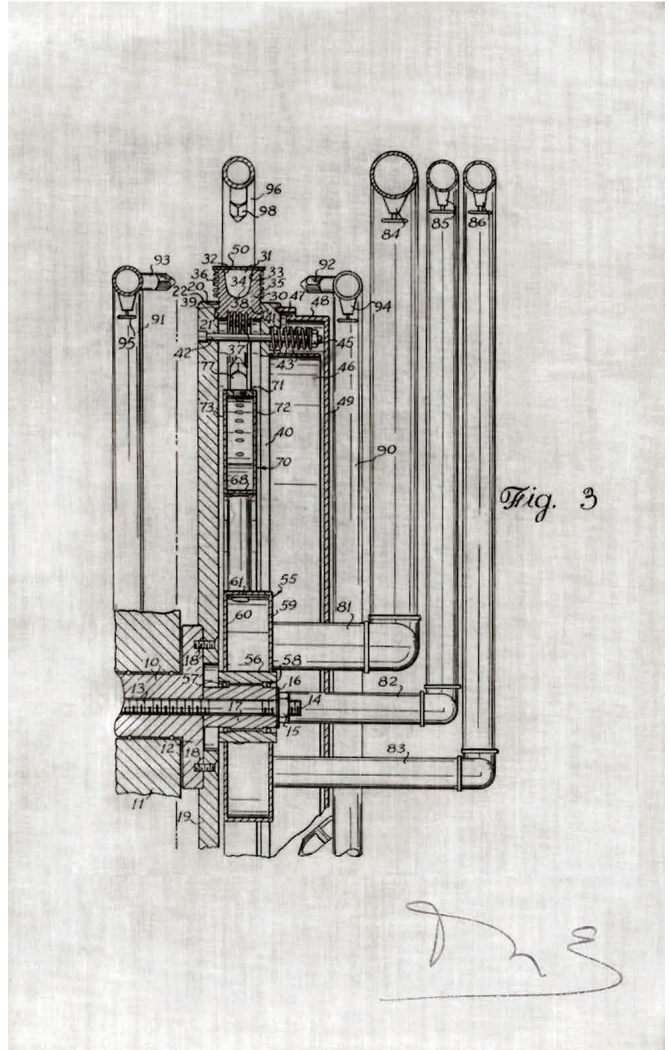
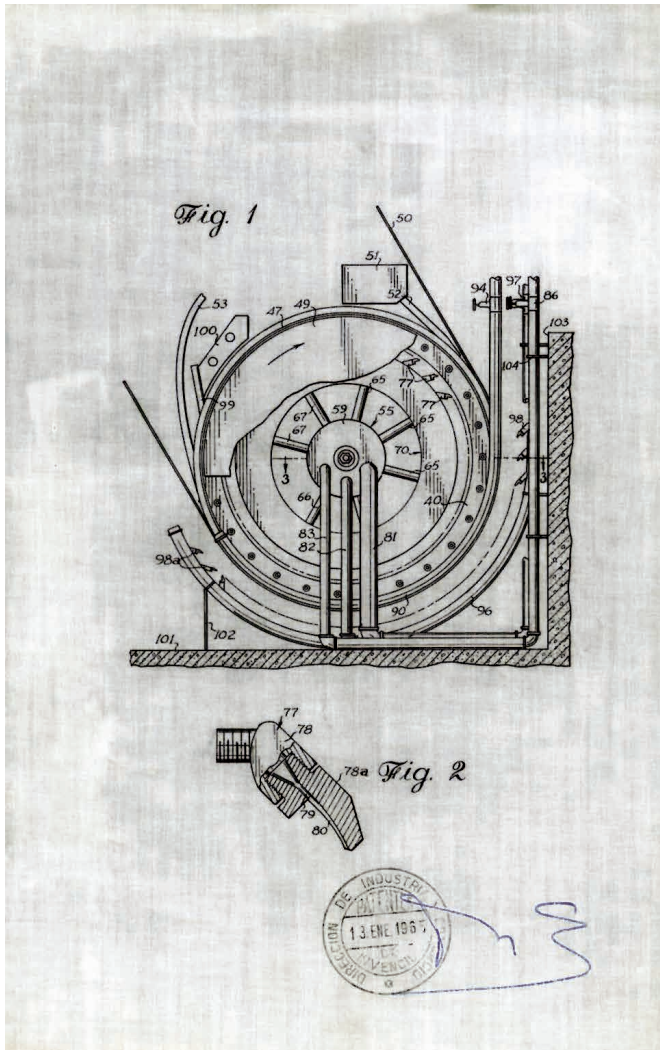


FIG. 29



RIGHT: Negrita, trademark registered by Hucke Hnos. S.A., Santiago, 1969.
 DERECHA: Negrita, registro de marca efectuado por Hucke Hnos. S.A., Santiago, 1969.

NEXT: trademark registration for "advertising printed materials and other articles" in representation of Franco Chianale Duvriver Benez, industrialist, Talcahuano, 1962.
 SIGUIENTE IMAGEN: registro de marca para "impresos de propaganda y demás artículos" a nombre de Franco Chianale Duvriver Benez, industrial, Talcahuano, 1962.

BELOW: trademark for steel wool registered by Virutex Industria de Alambre de Santiago, in 1970.
 ABAJO: marca de virutilla inscrita por Virutex Industria de Alambre de Santiago, en 1970.





ABOVE, LEFT: Selecta, trademark registered by Compañía Molinera San Cristóbal S.A., in 1969.

ARRIBA, IZQUIERDA: Selecta, marca inscrita por la Compañía Molinera San Cristóbal S.A., en 1969.

ABOVE, RIGHT: Americano, trademark for medicinal cotton. Lastrade Hnos. y Cía. Ltda., 1973.

ARRIBA, DERECHA: Americano, marca de algodón medicinal. Lastrade Hnos. y Cía. Ltda., 1973.

CENTRE, LEFT: Cremolate, trademark registration submitted in representation of the Successors of Esteban Calaf Galet, Talca, 1969.

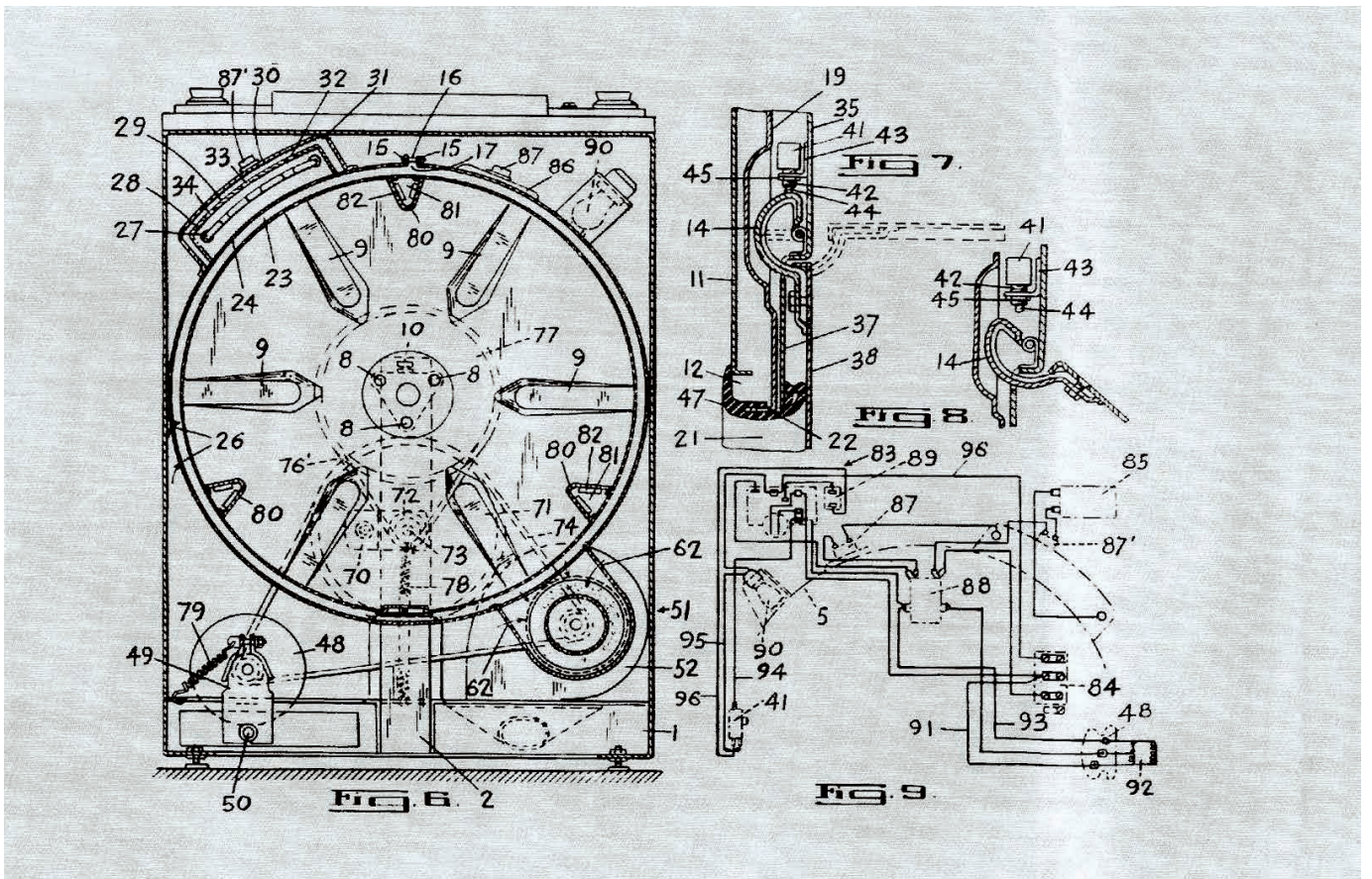
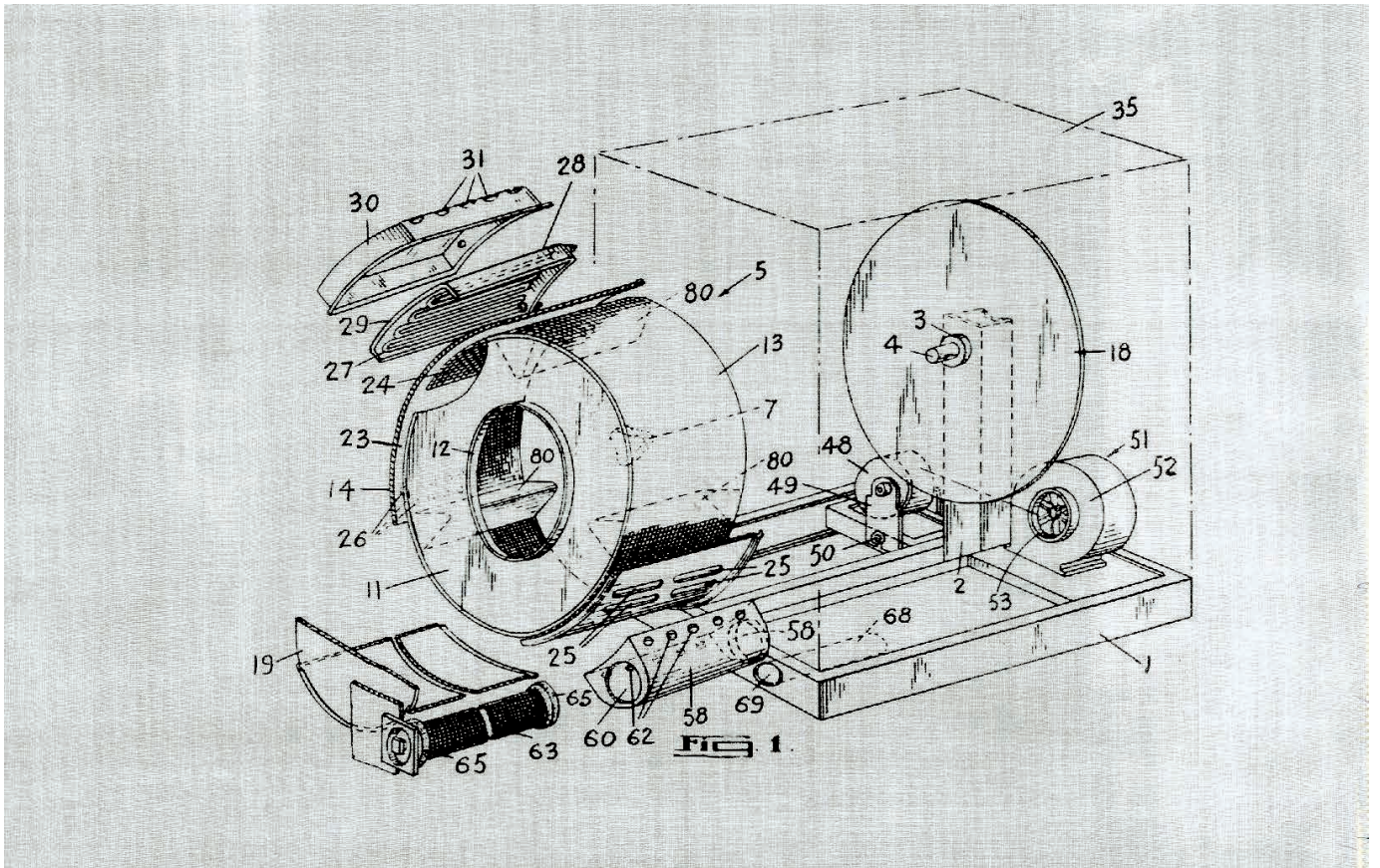
AL CENTRO, A LA IZQUIERDA: Cremolate, registro de marca realizado a nombre de la Sucesión Esteban Calaf Galet, Talca, 1969.

CENTRE, RIGHT: Popeye, trademark registered by Miguel Martino, for powdered detergent, Santiago, 1966.

AL CENTRO, DERECHA: Popeye, marca inscrita por Miguel Martino, para jabón de lavar en polvo, Santiago, 1966.

BELOW: Banda Azul, trademark registered by the Compañía Nacional de Aceites S.A., for margarine.

ABAJO: Banda Azul, marca inscrita por la Compañía Nacional de Aceites S.A., para margarina.



measuring the proportions with precision, so that the mixture does not vary while the container is filled, in terms of the quantities of water and syrup...”⁸³

In the post-war period, the reactivation of trade with Europe led to an increase in the number of patent applications submitted from the Old Continent. In 1946, Ruf-Buchhaltung Aktiengesellschaft, a Swiss company based in Zurich, presented a patent application for a new “device for interspersing, in typewriters, one or several pages over a background page, it features gears that engage with the interspersed page or pages and are coupled with an activation element triggered by the cart, in order to displace the pages over the background page,”⁸⁴ which was largely the foundation for the printing of pages in a continuous form that came several years later. Another Swiss company, Hoover Apparate A.G., with its headquarters in the same city, presented a request for introducing into the country “improvements to washing machines” with a centrifuge technology, while also declaring that “this invention has not been patented abroad, but applications are pending in several countries.”⁸⁵

Anticipating the subsequent expansion in the country following the 1962 World Cup of soccer, Radio Corporation of America (RCA), a U.S. company based in New York, registered a television receiver in 1950. The explicatory report explained how much of an advance this invention was, and that the requested invention patent had no other purpose but to protect a market that would arrive much later, since the invention presented “refers... more particularly to devices for receiving color television signals... It is also desirable and practically necessary that color television be entirely compatible with standard black and white television.”⁸⁶

In the field of national companies that stood out for their use of the Industrial Property system during the period of “inward-oriented development,” in 1953 Sociedad de Industrias Eléctricas Nacionales S.A. (SINDELEN) registered a technological innovation consisting of “improvements to waxing and vacuuming machines,” an invention belonging to its director Jorge Pizarro Espínola. The project aimed to introduce improvements that would help

rápido posible y sin esfuerzo innecesario, así es que se ha propuesto el uso de un mecanismo que sirva simultáneamente en el vaso la gaseosa y el jarabe. Pero por una razón u otra, los aparatos surtidores de este tipo no han sido generalmente aceptados. Un problema asociado a este tipo de mecanismo para servir simultáneamente los líquidos es el de medir con exactitud las proporciones, de modo que la mezcla no varíe mientras se llena el envase, en cuanto se refiere a las cantidades de agua y jarabe...”⁸³

En la posguerra, la reactivación del comercio con Europa significó un incremento en el número de patentes solicitadas desde el viejo continente. En 1946, la Ruf-Buchhaltung Aktiengesellschaft, empresa Suiza con sede en Zurich, presentaba una solicitud de patente para un nuevo “dispositivo para la intercalación, en máquinas de escribir, de una o varias hojas delante de una hoja de fondo, caracterizado por ruedas dentadas que engranan con la o las hojas intercaladas y que van acopladas con un elemento de accionamiento conducido por el carro, para desplazar dichas hojas sobre la hoja de fondo”,⁸⁴ lo que era en gran parte el fundamento para la impresión de hojas en formulario continuo que vino varios años después. Otra firma Suiza, la Hoover Apparate A.G., con su casa matriz en la misma ciudad, presentaba solicitud para introducir al país “mejoras en máquinas de lavar” con tecnología de centrifugado, señalando además que “esta invención no ha sido patentada en el extranjero, pero hay solicitudes pendientes en varios países”.⁸⁵

Anticipando la expansión posterior en el país a causa del mundial de fútbol de 1962, la Radio Corporation of América RCA, empresa estadounidense con sede en Nueva York, inscribió en 1950 un receptor de televisión. En la memoria explicativa, se daba cuenta del adelanto que este invento significaba, y de que la patente de invención solicitada no tenía otra finalidad que proteger un mercado que vendría mucho después, en cuanto la invención presentada “se refiere... más particularmente a dispositivos para recibir señales de televisión en color... También es de desear y prácticamente necesario que la televisión en color sea prácticamente compatible con la televisión standard en blanco y negro.”⁸⁶

LEFT PAGE: invention patent for a machine for drying clothing, granted to The Easy Washing Machine Company Limited (Canada) in 1958.

PÁGINA IZQUIERDA: patente de invención de máquina para secar ropa, otorgada a The Easy Washing Machine Company Limited (Canadá) en 1958.

83. Patent application N° 209-9948, June 16, 1944. Published in the Official Journal on July 15, 1944. The quote corresponds to the descriptive report, which is called “The Coca-Cola Company Valve Case.”

84. Patent application N° 11359, August 19, 1946. The Invention Patent was granted on September 30, 1948.

85. Patent application N° 12240, July 6, 1950. The Invention Patent was granted on January 18, 1951.

86. Patent application N° 12.360, November 14, 1950. The Invention Patent was granted on May 23, 1951. The section quoted corresponds to the instruction manual.

RIGHT: patent application for a "procedure for de-stemming the grape harvest and a grape de-stemmer for performing this procedure or similar procedures," 1953.

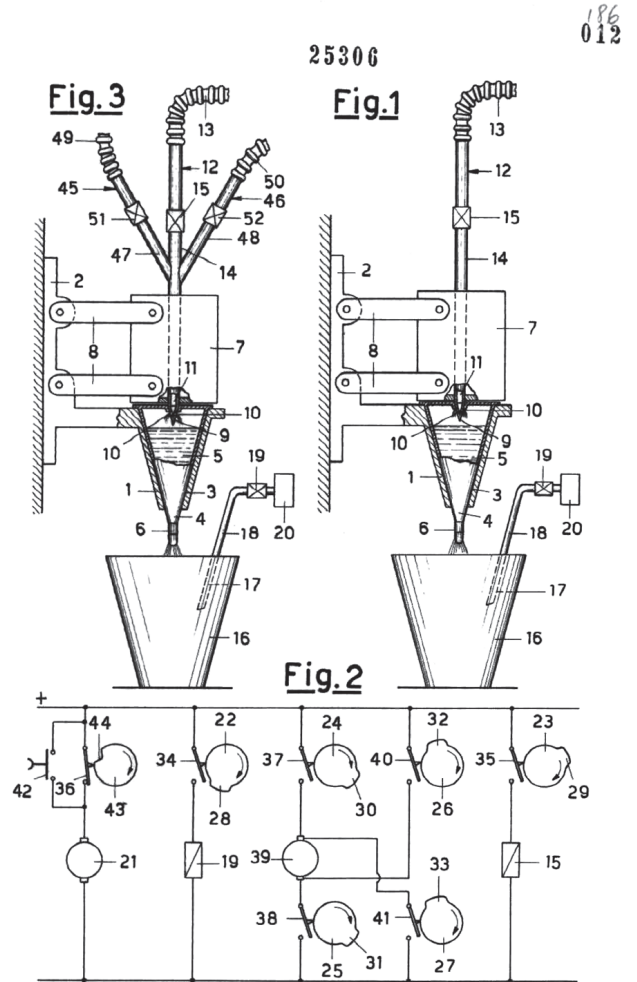
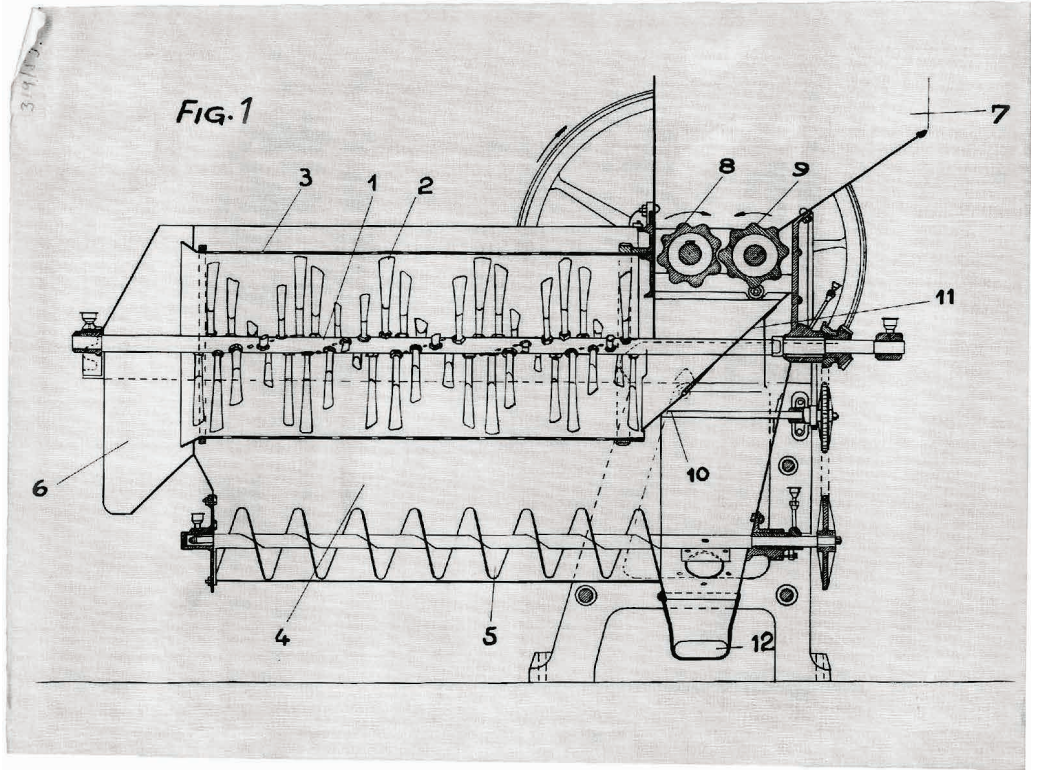
DERECHA: solicitud de patente de "procedimiento para descobajar la vendimia y descobajeadora de vendimia para realizar este procedimiento o procedimientos similares", 1953.

BELOW, LEFT: trademark for mineral water registered by Heriberto Erlwein Schleyer, Ovalle, 1970.

ABAJO, IZQUIERDA: marca de agua mineral registrada por Heriberto Erlwein Schleyer, Ovalle, 1970.

BELOW, RIGHT: invention patent for a machine to produce carbonated beverages granted to Kantor International S.A. (Luxembourg), 1969.

ABAJO, DERECHA: patente de invención de máquina para la producción de bebidas gaseosas otorgada a Kantor internacional S.A. (Luxemburgo), 1969.



vacuum not only particles, but also small objects (matchsticks, cigarette butts). Other objectives of the invention were to optimize air circulation in regards to the consumption of electrical power and to introduce “certain measures in its construction which would facilitate the manufacture of the machine, while also improving its operation.”⁸⁷ In 1956, the company presented a new application for an improvement to the same machine, but now it related to the “plate that contains the brush,” an invention which, according to the company, was “of its exclusive property, unknown and has not been patented abroad.”⁸⁸ After several appeals and claims, the invention patent was granted two years later.⁸⁹

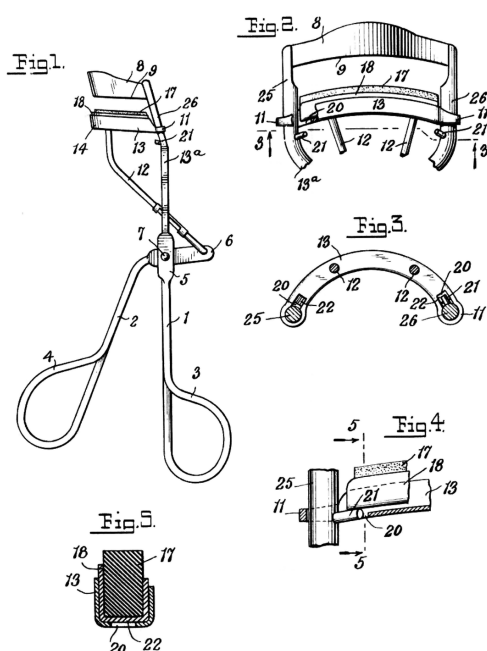
The previous passages show us that, during this period, the production of parts, pieces and replacements, was an important area of innovation and competitiveness for local industrialists, within a tangible universe determined primarily by the aspect of manufactured goods in industrialized countries. As a counterpart to ISI policies, a good share of the products manufactured by international subsidiaries, large companies and national SMEs were the result of copying and reproducing foreign models and patents. However, in these designs, the productive adaptation to the conditions of the local market allowed

En el ámbito de las empresas nacionales que destacaron por el uso del sistema de la Propiedad Industrial en tiempos del “desarrollo hacia adentro”, la Sociedad de Industrias Eléctricas Nacionales SINDELEN S.A. inscribió en 1953 una innovación tecnológica consistente en “mejoras en máquinas enceradoras aspiradoras”, invención de su gerente Jorge Pizarro Espínola. El proyecto tenía como finalidad introducir mejoras conducentes al aspirado, no sólo de partículas, sino también de pequeños residuos (palos de fósforo, colillas de cigarro). Otros objetivos del invento eran optimizar la circulación de aire en relación al consumo de energía eléctrica e introducir “ciertas medidas en la construcción, por las cuales se facilita la confección de la máquina, mejorándose, al mismo tiempo, su trabajo.”⁸⁷ La empresa, presentó en 1956 una nueva solicitud relacionada con una mejora para la misma máquina pero ahora relacionada con el “platillo porta escobilla”, invento que según la firma era “de su exclusiva propiedad, desconocido y que no ha sido patentado en el extranjero.”⁸⁸ Luego de sucesivas oposiciones y reivindicaciones, la patente de invención fue concedida dos años después.⁸⁹

Los anteriores pasajes, permiten visualizar que durante la época, la producción de partes, piezas o repuestos, fue un ámbito importante de innovación y competitividad para los industriales del medio local, dentro de un universo objetual mayoritariamente determinado por la morfología de los bienes manufacturados provenientes de países industrializados. Como contraparte de las políticas ISI, buena parte de los productos fabricados por subsidiarias internacionales, grandes empresas y PYMES nacionales fueron el resultado de la copia y reproducción de modelos y patentes extranjeras. Sin embargo, en estos diseños el proceso de adaptación productiva a las condiciones que ofrecía el medio local permitió la incorporación de pequeñas intervenciones, convirtiéndose en oportunidades de un rediseño de productos fabricados industrialmente. Ello también posibilitó que se produjeran algunas tentativas aisladas de innovación en el diseño de matrices y modelos, por lo general, como consecuencia de la búsqueda de alternativas para la producción semi-industrial, pero con

LEFT: invention patent requested for improvements to eyelash curlers, The Kurlash Company Inc. (United States), 1952.

IZQUIERDA: patente de invención solicitada para mejoras en rizadores de pestañas, The Kurlash Company Inc. (Estados Unidos), 1952.



88. Patent application N° 15.672, August 16, 1956.

89. Ibid. One of those opponents was Metalúrgica Fakir, which argued that the proposed technology was very similar to one already being produced by this company. Finally, the Invention Patent was granted on July 2, 1958.91. Patent application N° 18.680, June 19, 1962. The invention patent was granted on October 30, 1963.



ABOVE: trademark registered for Ahorro Plan Chilena, 1971.

ARRIBA: marca registrada para Ahorro Plan Chilena, 1971.

NEXT: trademark registered for Fox, Patronato, Santiago, 1972.

SIGUIENTE: marca registrada para Fox, Patronato, Santiago, 1972.

them to include small interventions, transforming them into opportunities for re-designing industrially manufactured products. This also made it possible to generate some isolated attempts at innovation in the design of matrices and models, generally resulting from the search for alternatives of semi-industrial production, but with difficulties for achieving an effective demand for the consumption of these products.⁹⁰

In the transition towards the 1960s, different cases of trademarks and patents reflected the country's situation, insofar as they were related to fields such as mass communication, the expansion of consumption, and the prominence acquired by young people. In 1963, the Delaware-based Zenith Radio Corporation patented "an improved, monophonic and stereophonic modulated frequency receiver," that the invention was also "unknown in the country and that no patent had yet been granted for it abroad."⁹¹ Another U.S. firm, The Hoover Company, based in Ohio, submitted an application for a "portable hair dryer," a technology which improved on an already existing invention with respect to "the unit's storage and portability."

In terms of the Large Industry fields associated to the pending challenges of "inward-oriented development," which were postponed until the end of the model, in the field of mining, Braden Copper Company, a U.S. company based in Rancagua, submitted in 1963 an application for a "procedure and device for continuously obtaining samples of products that are ground, dried or in the form of pulp or paste, and are transported using conveyor belts." Designed for the agricultural world, in 1968 the German company Raussendorf & Co. submitted an application for a "revolving plow" that "is useful for plowing heavy or swampy ground, as well as for autumn tasks." In the same field, but specifically in the wine industry, in 1969 André Montan and René Benac, of France, submitted an application for a "wine harvesting procedure that de-stems grapes and a wine harvesting machine."

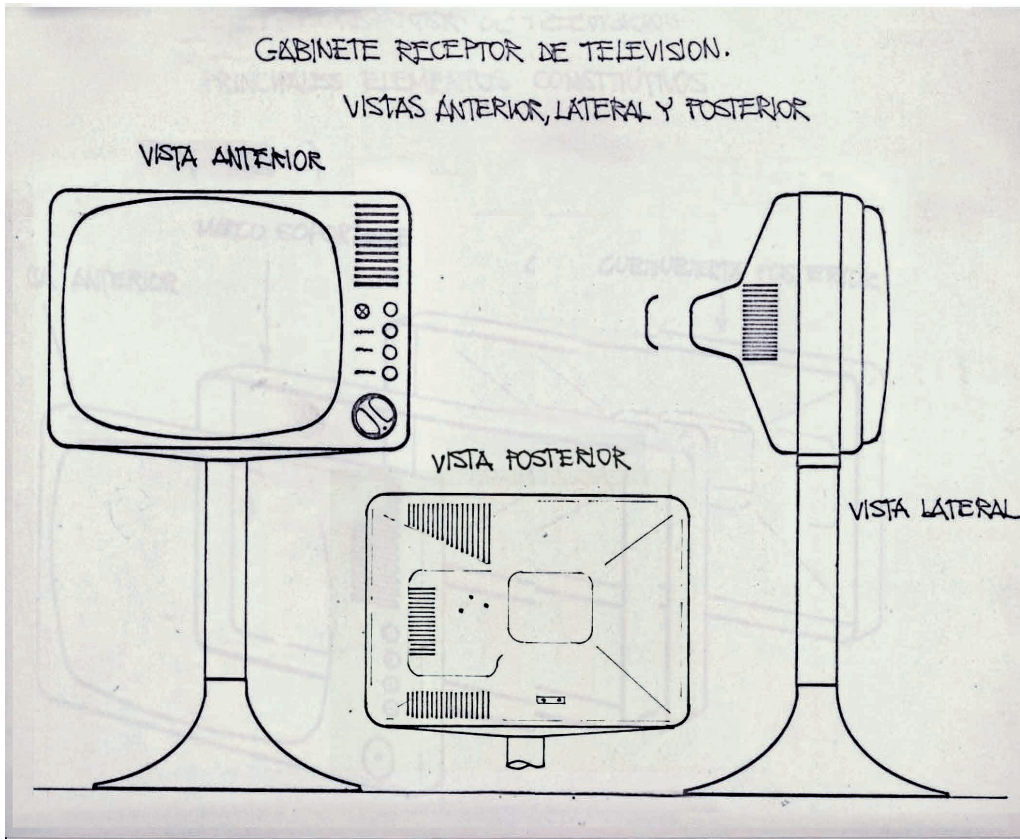
inconvenientes de demanda efectiva en el consumo de estos artículos.⁹⁰

En el paso a los años sesenta, distintos casos de marcas y de patentes reflejaron el devenir nacional, en cuanto estuvieron relacionados a ámbitos como la comunicación de masas, la ampliación del consumo y el protagonismo adquirido por la juventud. La empresa Zenith Radio Corporation con sede en Delaware, Estados Unidos, patentaba en 1963 "un receptor de frecuencia modulada, perfeccionado, monofónico y estereofónico" señalando que además el invento era "desconocido en el país y que aún no ha sido concedida patente alguna en el extranjero".⁹¹ Otra empresa estadounidense, The Hoover Company, con sede en Ohio, inscribía la solicitud para un "secador de cabello portátil", tecnología que mejoraba un invento ya existente en cuanto a las opciones de "guardado y portabilidad de la unidad".

En cuanto a rubros de la Gran Industria asociados a los desafíos pendientes del "desarrollo hacia adentro" y que se aplazaron hasta el final del modelo, en el ámbito de la minería la Braden Copper Company, firma estadounidense con sede en Rancagua, presentó en 1963 una solicitud para un "procedimiento y dispositivo para obtener muestras en forma continua de productos molidos, secos o en forma de pulpa o pasta, que se conduzcan por medio de correas o cintas transportadoras." Dirigida al mundo agrario, la firma alemana Raussendorf & Co. presentó en 1968 una solicitud para un "arado giratorio", que "se haga apto para arar en suelos pesados o del tipo pantanoso, como también para trabajos de otoño". En el mismo ámbito, pero específicamente en la industria vitivinícola, los franceses André Montan y René Benac, presentaron en 1969 la solicitud para un "procedimiento de vendimia por desgranamiento de las uvas y máquina para vendimiar".

90. For a more complete review of this process, see: Palmarola, Hugo; "Chile. Diseño Industrial." In: *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía.* Sao Paulo, Editorial Blucher, 2008.

91. Patent application N° 18.680, June 19, 1962. The invention patent was granted on October 30, 1963.

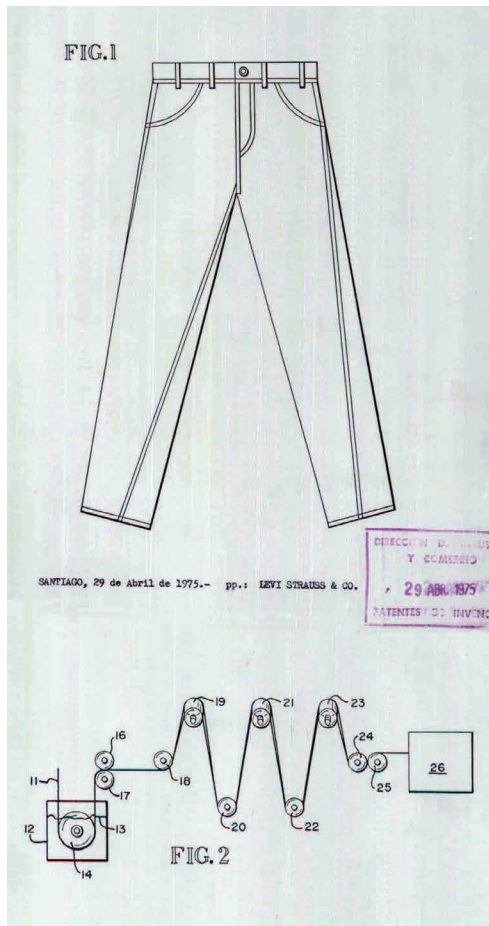
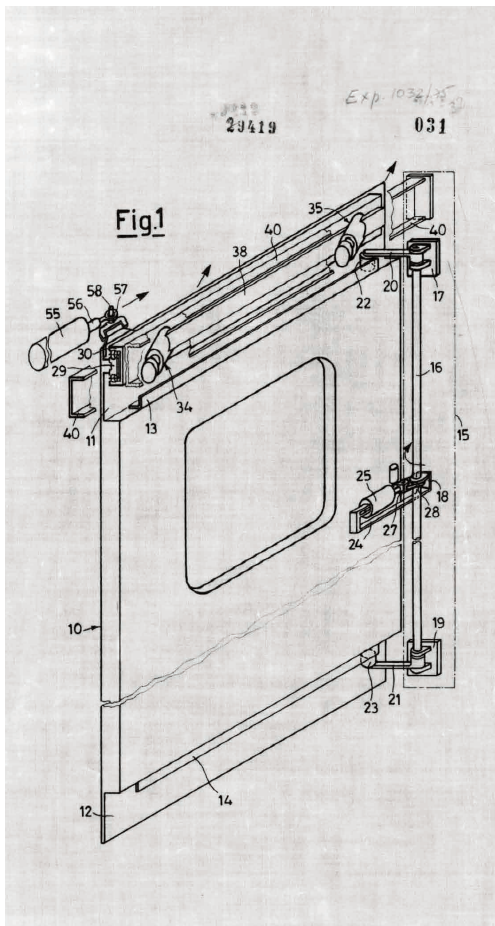


LEFT: application made in 1974 for the exclusive authorization of an industrial model for a "television receiving cabinet featuring a main body supported by a pedestal." It was presented by the Committee on Technological Investigations (INTEC), dependent on the Chilean Development Agency (CORFO), and granted in 1977.

IZQUIERDA: solicitud efectuada en 1974 para la concesión exclusiva de un modelo industrial para "gabinete receptor de televisión, caracterizado porque su cuerpo principal está apoyado en un pedestal". Fue presentada por el Comité de Investigaciones Tecnológicas (INTEC), dependiente de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), siendo otorgada en 1977.

BELOW, LEFT: patent for "lateral sliding door for vehicles" granted to the Società Costruzioni Industriali Milano in 1975.

ABAJO, IZQUIERDA: patente de invención para "puerta lateral de corredora para vehículos" otorgada a la Società Costruzioni Industriali Milano en 1975.



BELOW, RIGHT: patent granted to Levi Strauss & Co., for a "method for manufacturing twill fabric", 1975.

ABAJO, DERECHA: patente de invención concedida a la empresa Levi Strauss & Co., para un "método para la fabricación de telas de sarga", 1975.

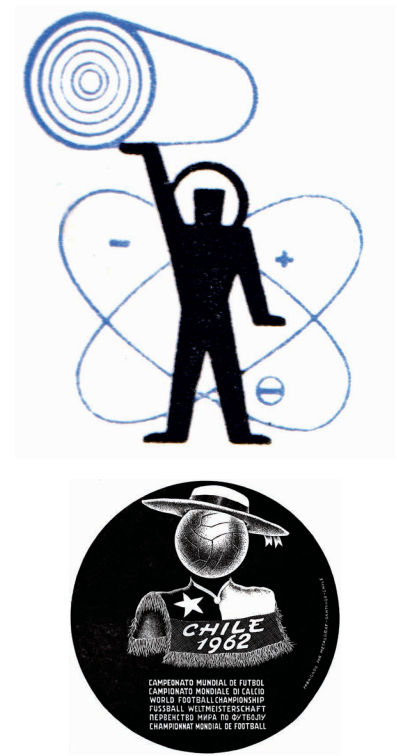
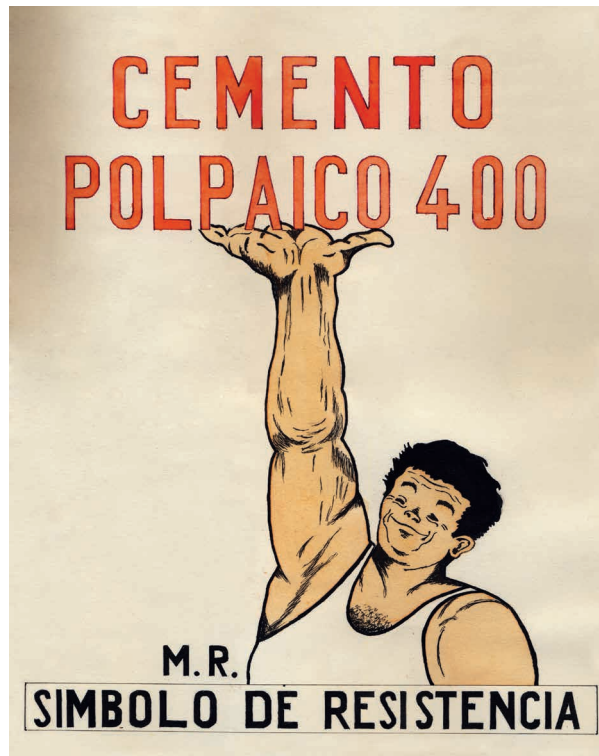
RIGHT: Cemento Cerro Blanco de Polpaico S.A., Santiago, 1962.
 DERECHA: Cemento Cerro Blanco de Polpaico S.A., Santiago, 1962.

NEXT: logo and trademark registered by Envases Modernos S.A., Cerrillos, 1972.

SIGUIENTE IMAGEN: logotipo y marca registrada por la industria Envases Modernos S.A., Cerrillos, 1972.

NEXT, BELOW: trademark registration for engravings on metals and precious stones, bronze and other materials plaques, registered by Metalgraf Ltda., Santiago, 1973.
 SIGUIENTE, ABAJO: registro de marca para grabados en metales y piedras preciosas, placas de bronce, y de otros materiales, inscrita por Metalgraf Ltda., Santiago, 1973.

BELOW: trademark registered for Productos Claudia Sociedad Ltda., 1969.
 ABAJO: marca registrada para Productos Claudia Sociedad Ltda., 1969.



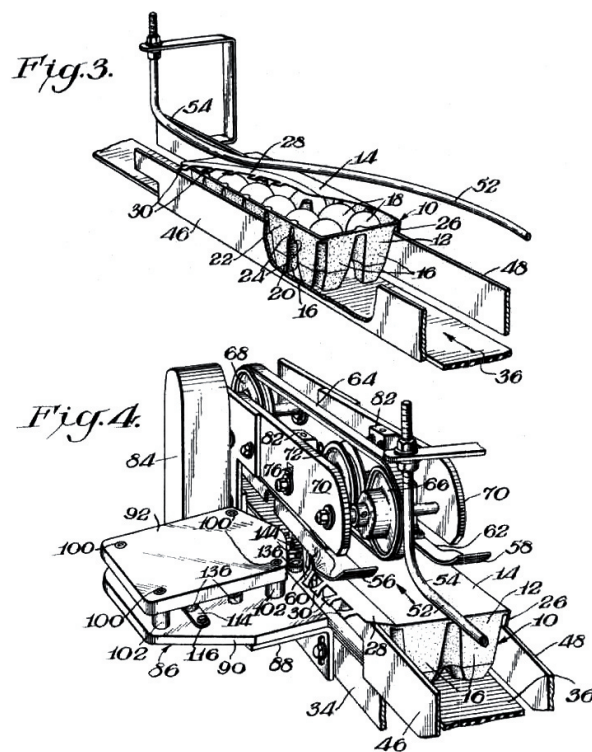
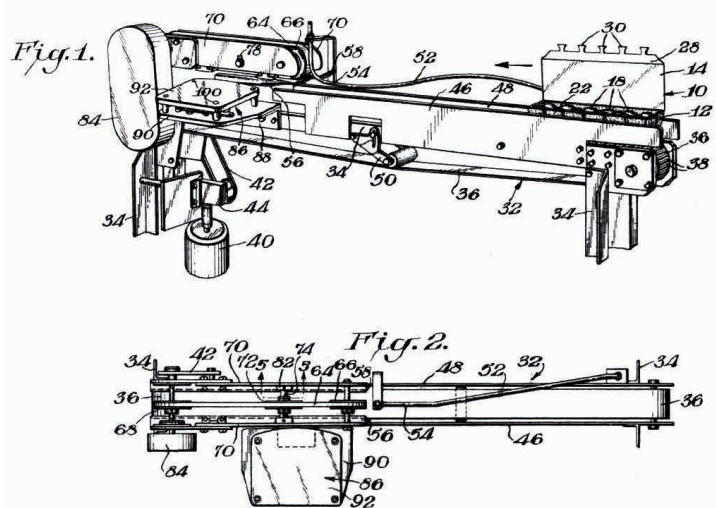
INDUSTRY AND INDUSTRY PROPERTY IN REVOLUTIONARY TIMES

The significant historical events that occurred during the 1960s generated a profound cultural and ideological debate in Chile, influenced by the rise of the Cuban Revolution and an increasing anti-U.S. position to the alternative proposed by the northern country through the so-called Alliance for Progress, which intended to modernize the conditions of life of the Latin American population. These transformations—some of them encouraged by the Economic Commission for Latin America (ECLA)—sought to implement structural modifications to the national economy, where Agrarian Reform and the Chilean nationalization of copper became very prominent. Also, the emergence of events as different and significant as the increasing importance of telecommunications, the creation of Chilean television, and the inclusion of women as economic and social subjects, had a considerable influence on the configuration of new consumer identities in a Chile that would go from Eduardo Frei Montalva’s “Revolution in Freedom” to Salvador Allende’s “Chilean Path to Socialism”.

Despite the government policies that characterized the developmentalist model adopted

INDUSTRIA Y PROPIEDAD INDUSTRIAL EN TIEMPOS DE REVOLUCIÓN

Los significativos acontecimientos históricos ocurridos durante la década de 1960 suscitaron un profundo debate cultural e ideológico en Chile, mediatizado por el ascenso de la Revolución Cubana y una creciente postura anti-norteamericana frente a la alternativa planteada por el país del norte en la llamada Alianza para el Progreso, que pretendía modernizar las condiciones de vida de la población latinoamericana. Estas transformaciones—algunas de ellas propulsadas por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL)—buscaron implementar modificaciones estructurales en la economía nacional, donde la Reforma Agraria y la chilenización del cobre adoptaron un marcado protagonismo. Así también, la emergencia de hechos tan dispares y significativos como la importancia adquirida por las telecomunicaciones, el nacimiento de la televisión chilena y la consideración de la mujer como sujeto económico y social, tuvieron una considerable incidencia en la conformación de nuevas identidades de consumidores en un Chile que se desplazaría de la “Revolución en Libertad” de Eduardo Frei Montalva a la “Vía Chilena al Socialismo” de Salvador Allende.



during the transition from the 1920s to the 1930s, the country never ceased to be vulnerable to a weakness that was born during the liberal period: the need to import capital goods.

On the other hand, during the 1950s there was a stagnation of productivity in Chilean industry, as a consequence of the slow adoption of modern technology by its productive sectors. In the transition to the next decade, industry was unable to absorb the labor force created by a growing population, and one of the consequences of this was “a disproportionate growth of services and government jobs.”⁹² For this reason, the development of Small Industries was considered an alternative that could lead to “a reconciliation and a more perfect balance between economic development and social development.”⁹³

Due to this scenario, in the early 1960s SERCOTEC began to change its emphasis from supporting the management of Large Industries to privileging the development of Small and Medium-Sized Industries. As part of these initiatives, in late 1968 the German industrial designer Gui Bonsiepe arrived in the country, hired by the International Labour Office (ILO) at the request of the Administration of Eduardo Frei Montalva.⁹⁴

Pese a las políticas estatales que caracterizaron el modelo desarrollista adoptado en la transición de los años veinte y treinta, el país nunca dejó de estar vulnerable a una debilidad proveniente de la época liberal: la necesaria importación de bienes de capital.

Por otra parte, durante la década de 1950 se produjo un estancamiento de la productividad en la industria chilena, como consecuencia de la lenta incorporación de tecnología moderna a sus sectores productivos. En el paso a la década siguiente, la industria no tuvo la capacidad de absorber la fuerza de trabajo surgida por el aumento de la población y ello trajo entre sus consecuencias “un crecimiento desproporcionado de los servicios y de los empleos de gobierno.”⁹² Por esta razón fue visto como una alternativa el desarrollo de la Pequeña Industria, lo que podía llevar “a una conciliación y a un equilibrio más perfecto entre el desarrollo económico y el desarrollo social.”⁹³

A consecuencia de este escenario, desde comienzos de los años sesenta SERCOTEC cambió su énfasis desde el apoyo a la gestión de la Gran Industria a privilegiar el desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria. En el marco de estas iniciativas arribó al país, a fines de 1968, el diseñador industrial alemán Gui Bonsiepe, contratado por la Oficina Internacional

ABOVE: invention patent for a “machine to close and fasten cardboard boxes,” granted to Keyes Fibre Company (United States) in 1965.

ARRIBA: patente de invención de “máquina para cerrar y trabar cajas de cartón” otorgada a Keyes Fibre Company (Estados Unidos) en 1965.

92. *Pequeña Industria y Artesanía en Chile*. Santiago, Consejería Nacional de Promoción Popular, 1968, p. 7.

93. *Ibid.*, p. 106.

94. Palmarola, Hugo; op. cit., p. 243.

RIGHT: trademark registered by Juan Bas, industrial, Santiago, 1969.
 DERECHA: marca inscrita por Juan Bas, industrial, Santiago, 1969.
 RIGHT, CENTRE: Cooperativa Agrícola y Lechera Cautín Ltda., Temuco, 1970.
 DERECHA, AL CENTRO: Cooperativa Agrícola y Lechera Cautín Ltda., Temuco, 1970.
 RIGHT, NEXT: product of Laboratorio Arensburg S.A.I., currently still existing, Santiago, 1974.
 DERECHA, SIGUIENTE: producto de Laboratorio Arensburg S.A.I., aún vigente, Santiago, 1974.



POND'S



ABOVE: trademark for "cosmetics, liquids, powders, pastes and skin creams, perfumes in general," property of Chesebrough-Pond's Inc., United States, 1970.
 ARRIBA: marca de "cosméticos, líquidos, polvos, pastas y cremas para el cutis, perfumería en general", propiedad de Chesebrough-Pond's Inc., Estados Unidos, 1970.

RIGHT: graphic image registered for a public utility service in representation of Empresa de Agua Potable de Santiago, 1968.
 DERECHA: imagen gráfica registrada para servicio de utilidad pública a nombre de la Empresa de Agua potable de Santiago, 1968.





LEFT: trademark registered by Carlos Cramer Productos Aromáticos, Santiago, 1970.

IZQUIERDA: marca registrada por Carlos Cramer Productos Aromáticos, Santiago, 1970.

BELOW, LEFT: trademark registered by Hucke Hnos., 1965.

IZQUIERDA, AL CENTRO: marca registrada por Hucke Hnos., 1965.

BELOW, RIGHT: trademark of Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui Ltda., La Serena, 1970.

ABAJO, A LA DERECHA: marca de Cooperativa Agrícola Control Pisquero de Elqui Ltda., La Serena, 1970.

BOTTOM: trademark for canned goods of Pesquera Iquique S.A., 1973.

AL FINAL: marca de conserva para Pesquera Iquique S.A., 1973.





ABOVE: trademark by Sociedad Abastecedora de la Industria Metalúrgica S.A., for the sale and distribution of iron, steel and similar metals in all the provinces of Chile, Santiago, 1973.

ARRIBA: marca de la Sociedad Abastecedora de la Industria Metalúrgica S.A., para comercializar y distribuir fierro, acero y similares en todas las provincias de Chile, Santiago, 1973.

During his stay in Chile, Bonsiepe channeled many of his conceptual contributions to the local scene through various seminars and courses, such as those held at Universidad Católica⁹⁵ and the Valparaíso Campus of Universidad de Chile,⁹⁶ but mainly through the publication of the “Manual of Design,” a book printed by mimeograph and distributed hand-to-hand, in a print run that was small, but sufficient to position his ideas in the local scene. This book became a reference material in the years when national design was becoming more professional. In this document, the German designer was one of the first authors to refer to the patenting and protection of Industrial Property as an agent favorable to development:

“A company that puts a new design into circulation wishes to prevent –and this is very reasonable– its competitors from copying this new design. To avoid forgeries, there are, on the one hand, patents, and on the other, the protection of its mode of use and design. A patent is generally granted for a technical-mechanical invention with an innovative value, or to a production process capable of generating a marketable product.”⁹⁷

In terms of the protection of its “mode of use,” he indicated that it was a “patent that protects all functional qualities (details) of the mode of use that are very characteristic”⁹⁸ of a specific product, and in terms of the protection of its “physiognomy,” he declared that this encompassed the “form, color, texture and graphics” of the same.⁹⁹ As a structural weakness of developing countries, the designer and academic discussed the problem of the imitation or copying of products, with problems in terms of quality and solutions that departed from the original because of the limitations of local industry and the admiration for imported goods. The answer, according to him, was innovation:

“There is a clear difference between assimilating and copying. The assimilation of technical-scientific knowledge must be encouraged, because these are means for the development of a country. What does development mean, then? An increase in the gross income of an economy, the distribution of this income among members of society, and therefore an increase of the standard of living. A country’s development, then, means achieving a greater

del Trabajo (OIT) a petición del Gobierno de Eduardo Frei Montalva.⁹⁴

Durante su permanencia en Chile, Bonsiepe canalizó gran parte de sus aportes conceptuales al medio local en distintos seminarios y cursos como los realizados en la Universidad Católica⁹⁵ y la Sede Valparaíso de la Universidad de Chile,⁹⁶ pero principalmente a través de la publicación del “Manual de Diseño”, un libro impreso vía mimeógrafo en un tiraje pequeño, pero suficiente para instalar sus ideas en el medio local, que se transformó en un material de referencia durante los años de la profesionalización del diseño en el país, siendo distribuido principalmente por mano. En este documento, el diseñador alemán fue uno de los primeros autores en referirse al patentamiento y la protección de la Propiedad Industrial como un agente favorable al desarrollo:

“Una empresa que pone en circulación un nuevo diseño desea impedir, lo que es muy razonable, que la competencia le copie este nuevo diseño. Para evitar plagios, existen por un lado las patentes y por otro, la protección del modo de uso y del diseño. Una patente se otorga en general para una invención técnico-mecánica con valor innovativo o por un proceso de producción que llega a obtener un producto vendible.”⁹⁷

En cuanto a la protección del “modo de uso”, indicaba que ello correspondía a la “Patente de protección que se otorga a las cualidades funcionales (detalles) del modo de uso que son tan características”⁹⁸ de un determinado producto, y en cuanto a la protección de su “fisonomía”, señalaba que ésta abarcaba la “forma, colorido, textura y gráfica” del mismo.⁹⁹ Como debilidad estructural de los países en desarrollo, el diseñador y académico señalaba el problema de la imitación o copia de productos, con problemas de calidad y soluciones distantes del original debido a las limitaciones de la industria local y la admiración por lo importado. La respuesta, a su juicio estaba en la innovación:

“Hay una clara diferencia entre asimilar y copiar. Se debe fomentar la asimilación de conocimientos técnico-científicos, pues son medios para el desarrollo de un país. Qué pues significa desarrollo? Aumento del ingreso bruto de una economía, distribución de estos ingresos entre los miembros de la sociedad y por consiguiente un aumento del standard de vida.

95. These courses were offered as part of the Mechanical Engineering major, in the framework of an invitation made by Fernando Flores, then Vice-President of that educational establishment.

Estos cursos fueron impartidos en la carrera de Ingeniería Mecánica, en el marco de una invitación realizada por Fernando Flores, entonces Vicerrector de esa casa de estudios.

96. In this sense, it is worth noting his participation in the “First Meeting of Design Teaching in Chile,” held at the Valparaíso campus of Universidad de Chile, in 1969.

Al respecto, cabe señalar su participación en las “Primeras Jornadas de Enseñanza del Diseño en Chile”, realizadas en la sede Valparaíso de la Universidad de Chile, en 1969.

97. Bonsiepe, Gui; *Manual de Diseño*, Santiago, OIT, 1969, p. 120.

98. *Ibid.*, p. T13.

99. *Ibid.*, p. T13.

economic strength. Economic strength may serve to overcome a condition of dependence. What good is economic independence and relative autonomy, then, if at the same time one does not obtain cultural independence and cultural identity? Surely this may not be achieved by plagiarism. The copying strategy, then, must give way to an innovation strategy.”¹⁰⁰

Facing the problem of copying models or products, and the need to correctly assimilate technology, Bonsiepe spoke at that time of “technological adaptation,” where “a foreign project is adapted according to the country’s technical-industrial conditions,”¹⁰¹ which implied “the reproduction of a foreign use value, adjusting it to the available local resources;”¹⁰² and, on the other hand, of “functional adaptation,” in terms of “adapting a foreign product to the functional needs and requirements of the dependent country,”¹⁰³ where both paths could serve as a starting point and not an end point.

In 1970, the Popular Unity Government began its mandate in a climate of increasing political polarization, aggravated by the idea of an imminent economic crisis. Meanwhile, the content of this Government’s program had been quite explicit in declaring, among other things, the establishment of an “authentic mass culture” and a rejection of the commercialization of the mass media. The rise of these new visions, and the urgency to redefine images and meanings anchored in the national experience, challenged some of the concepts of the developmentalist model, such as efficiency, order, technology, the rationalization of production, and consumption.

After the election of Salvador Allende, Gui Bonsiepe and a group of design students from Universidad de Chile, who had collaborated with him at SERCOTEC,¹⁰⁴ formed the Industrial Design Group at the Technological Investigations Committee (INTEC), dependent on CORFO. This entity had been founded in September 1968 with the purpose of “promoting within the country technological investigation and studies for the development of new industrial products and/or improvement of existing ones;”¹⁰⁵ understanding innovation “based on multidisciplinary work.”¹⁰⁶ In line with the political scenario of the period, its premises included “currency savings on payments for

El desarrollo de un país significa entonces ganar una fuerza económica mayor. Fuerza económica puede servir para superar un status de dependencia. Para qué sirve pues la independencia económica y autonomía relativa, si no se adquiere al mismo tiempo la autonomía cultural e identidad cultural? Seguramente esto no se logra por el camino del plagio. Entonces la estrategia de copiar tendría que ceder el paso a una estrategia de innovación.”¹⁰⁰

Frente al problema de la copia de modelos o productos, y a la necesidad de asimilar correctamente la tecnología, Bonsiepe habló por entonces de “adaptación tecnológica”, donde “un proyecto extranjero se adapta según las condiciones técnicoindustriales del país”¹⁰¹ lo que implicaba “la reproducción de un valor de uso extranjero, adecuándolo a los recursos locales disponibles”,¹⁰² y por otra parte, de “adaptación funcional”, en cuanto a “adaptar un producto extranjero a las necesidades y los requisitos funcionales del país dependiente”,¹⁰³ donde ambas vías podían servir como inicio y no como fin.

En 1970, el Gobierno de la Unidad Popular inició su mandato bajo un clima de creciente polarización política, agudizado por la idea de una inminente crisis económica. A su vez, el contenido del programa de dicho Gobierno había sido bastante explícito al declarar, entre otras cosas, la instauración de una “auténtica cultura de masas” y el rechazo a la comercialización de los medios de comunicación. El ascenso de estas nuevas visiones y la emergencia de redefinir imágenes y significados anclados en la experiencia nacional, puso en tela de juicio algunas concepciones propias del modelo desarrollista como la eficiencia, el orden, la tecnología, la racionalización de la producción y el consumo.

Tras la elección de Salvador Allende, Gui Bonsiepe y un grupo de alumnos de la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, que colaboraron con él en SERCOTEC,¹⁰⁴ pasarían a integrar el Grupo de Diseño Industrial del Comité de Investigaciones Tecnológicas (INTEC), dependiente de la CORFO. La entidad, había sido fundada en septiembre de 1968 con la finalidad de “promover en el país la investigación tecnológica y los estudios para el desarrollo de nuevos productos industriales y/o el perfeccionamiento de los existentes”;¹⁰⁵



ABOVE: trademark registered by Sociedad Anónima Manufacturera de caucho, tejidos y cuero “Catecu” S.A., for footwear, Peñaflo, 1974.

ARRIBA: marca inscrita por la Sociedad Anónima Manufacturera caucho, tejidos y cueros “Catecu” S.A., para calzados, Peñaflo, 1974.

NEXT: trademark registration for a commercial establishment for the sale and distribution of household artifacts and other similar products, Santiago, 1969.

SIGUIENTE IMAGEN: registro de marca de establecimiento comercial de venta y distribución de artefactos para el hogar y similares, Santiago, 1969.

100. Ibid., p. 111. The quote has retained the wording of the 1969 document.

101. Ibid., p. PDI7.

102. Ibid.

103. Ibid.

104. Ibid.

105. SERCOTEC was the first place where Bonsiepe worked in Chile, between 1968 and 1970, after being brought through an agreement between the International Labor Office (ILO), the Inter-American Development Bank (IDB), the United Nations (UN) and CORFO.

106. Unknown Author; “Introducción a una nueva revista.” INTEC. In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 1, Santiago, December 1971, p. 5.



ABOVE: Industria Electrónica Famela Somela S.A., Santiago, 1972.

ARRIBA: Industria Electrónica Famela Somela S.A., Santiago, 1972.

patents, models and ‘trademarks’...”,¹⁰⁷ and for this purpose, INTEC proposed the realization of internal or external projects;¹⁰⁸ the latter, preferably with the collaboration of companies that would act as sponsors. With respect to the alternatives this represented, the Subdirector of the institution, José Valenzuela, declared:

“External or internal projects may generate new products or processes that may be patented in Chile and/or abroad.

The policy on the ownership and use of these patents must consider the project’s origin, and its usufruct must correspond to the sponsor, but reserving the benefits that may be created by its exploitation, a portion of which may be used by the Institute to create new technology.

If the patent is transferrable to a private sector or foreign company, to be used within the country or abroad, the conditions of transfer must be the best ones that can be negotiated according to its real or potential market value. To ensure that these conditions are the best ones possible, and that, on the other hand, issuing the patent does not contradict the Government’s industrial and economic policies, this will require prior approval by CORFO and the Ministry of Economy, or by the agency regulating the technology transfer that may be produced.”¹⁰⁹

Accordingly with the interest in promoting technological research in the country, the entity paid particular attention to the creation of a documentation center and archives, as a consultation source for the academic, business and industrial sectors. As part of this undertaking, in September 1971 María Angélica Moreno of INTEC attended a seminar on the organization and functions of industrial information services, an event organized by the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), which had then already completed several previous sessions. The initiative responded to the prominence that “information as a form of technology transfer” had acquired at that time.¹¹⁰ Among the agreements at the seminar, a special emphasis was given to:

“Information on patents and consultancy on all matters related to the transfer of industrial property (licenses), and it was suggested that developing countries and UNIDO strengthen their cooperation with the United Nations

lo anterior, entendiendo la innovación “sobre una base de trabajo multidisciplinario”.¹⁰⁶ Dentro de sus premisas y acorde al escenario político del período, estaba también el “ahorro de divisas en el pago de patentes, modelos y ‘marcas’...”,¹⁰⁷ y para esto el INTEC se propuso la realización de proyectos propios o externos;¹⁰⁸ estos últimos, preferentemente a través de la colaboración con empresas en calidad de patrocinantes. Respecto a las opciones que ello representaba, el Subdirector de la institución José Valenzuela señalaba:

“Los proyectos externos o internos pueden dar origen a nuevos productos o procesos, susceptibles de ser patentados en Chile y/o en el extranjero.

La política respecto de la propiedad y uso de estas patentes debe considerar el origen del proyecto, correspondiendo su usufructo al patrocinante, pero reservando de los beneficios que su explotación pueda originar una proporción para ser utilizada en el Instituto para generar nueva tecnología.

En caso que la patente sea transferible a una empresa del sector privado o extranjero, para ser usada en el país o en el exterior, las condiciones de traspaso serán las mejores que pueden negociarse de acuerdo a su valor real o potencial de mercado. Para asegurar que estas condiciones sean las mejores obtenibles y que, por otra parte, la cesión de la patente no es conflictiva con la política industrial y la política económica del Gobierno, se requerirá aprobación previa de la CORFO y del Ministerio de Economía, o del organismo regulador de la transferencia de tecnología que eventualmente se cree.”¹⁰⁹

Acorde al interés por promover la investigación tecnológica en el país, la entidad asignó especial importancia a la creación de un archivo y centro de documentación, como fuente de consulta para el mundo académico, empresarial e industrial. En el marco de esta gestión, María Angélica Moreno de INTEC asistió en septiembre de 1971 a un seminario sobre organización y funciones de servicios de información industrial, evento convocado por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), y que a la fecha contaba con varias sesiones anteriores. La iniciativa, respondía a la importancia que por entonces había adquirido “la información

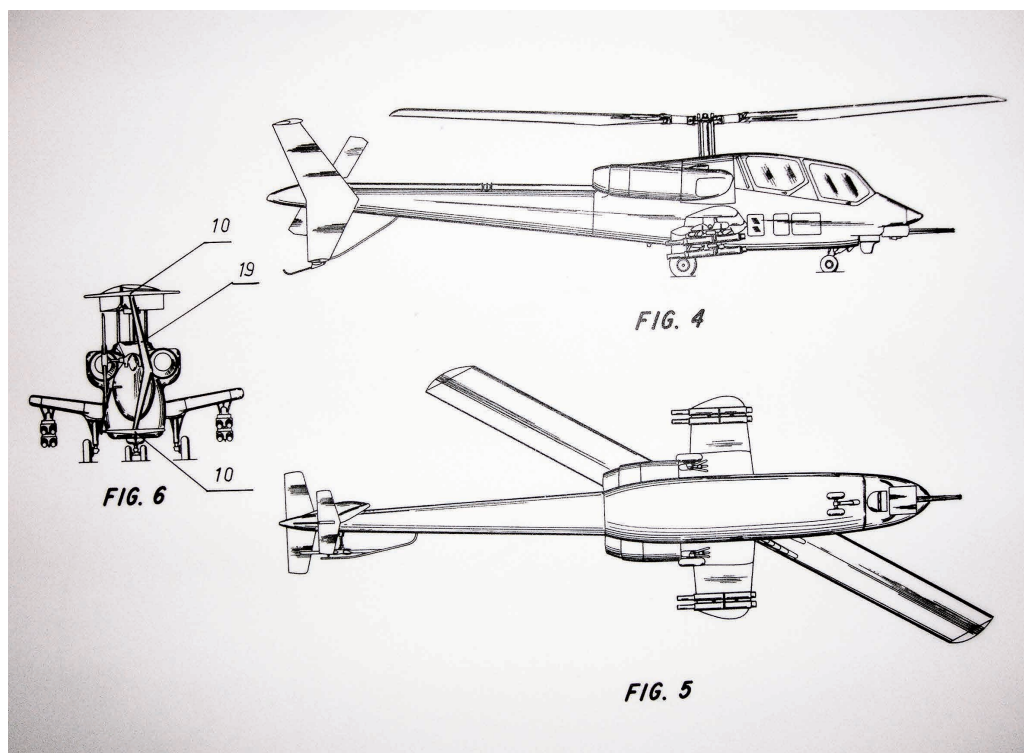
107. Bonsiepe, Gui; *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1978, p. 70.

Bonsiepe, Gui; *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1978, p. 70.

108. These may come from “Sectorial Committees” organized at the grassroots level and consisting of workers, in factories or companies, according to the premises of the socialist Popular Unity government. Estos podían provenir de “Comités Sectoriales” surgidos desde la base conformada por los trabajadores u operarios, en las fábricas o empresas, acorde a las premisas del gobierno socialista de la Unidad Popular.

109. Valenzuela, José; “Apuntes sobre la política de acción del INTEC.” INTEC. In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 1, Santiago, December 1971, p. 24.

110. Moreno, María Angélica; “Organización y funciones de servicios de información industrial.” INTEC. In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 1, Santiago, December 1971, p. 76.



ABOVE: trademark registered by Ejército de Salvación, 1973.

ARRIBA: marca inscrita por el Ejército de Salvación, 1974.

LEFT: solicitud de un modelo industrial por 10 años, efectuada el 20 de septiembre de 1973, "para un Helicóptero de Ataque para uso en acciones bélicas" de la firma estadounidense Textron Inc.

IZQUIERDA: application for an industrial model for a period of 10 years, submitted on September 20, 1973, "for an Attack Helicopter for use in actions of war" by the U.S. company Textron Inc.

Conference on Trade and Development (UNCTAD) and the World Industrial Property Organization (WIPO), in order to ensure better protection of the vital interests of Latin American countries in the field of technology transfer."¹¹¹

In this context, in June 1972 the second issue of the INTEC magazine announced the documentation and information services provided by the Institute, and the areas of information covered included "Industrial Design; Electronics and Telecommunications; Operational Investigation and Business Management; Air Pollution; Extractive Metallurgy; Polymers and Plastics; Inorganic Chemistry; Mechanical; [and] Food Technology."¹¹² "Photocopies of foreign patents and commercial trademarks" were also provided as consultation materials.¹¹³ Towards the end of the same year, the INTEC Library announced the availability of "Patents from the following countries: Australia, Austria, Belgium, Canada, Czechoslovakia, Denmark, Egypt, the United States, France, Germany, Holland, Hungary, Ireland, Italy, Japan, Luxembourg, Norway, Poland, the United Kingdom, Sweden, Switzerland, the Soviet Union."¹¹⁴ In June 1973, the last issue of the magazine announced the creation of two publications in the field of Industrial Property and technological transfer:

como forma de transferencia de tecnología".¹¹⁰ Dentro de los acuerdos del seminario se asignó especial énfasis a:

"la información sobre patentes y la asesoría en todas las consultas relacionadas con la transferencia de la propiedad industrial (licencias) y se sugirió que los países en desarrollo y ONUDI refuerzan su cooperación con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y con la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (WIPO) de modo de asegurar mejor protección de los intereses vitales de los países latinoamericanos en el área de la transferencia de tecnología."¹¹¹

Atendiendo a estas premisas, en junio de 1972 el segundo número de la revista INTEC anunciaba los servicios de documentación e información que otorgaba el Instituto, y entre las áreas de información cubiertas estaban "Diseño Industrial; Electrónica y Telecomunicaciones; Investigación Operacional y gestión de las empresas; Contaminación Atmosférica; Metalurgia Extractiva; Polímeros y Plásticos; Química inorgánica; Mecánica; Tecnología de Alimentos."¹¹² También se ofrecía como material de consulta "Fotocopias de patentes y marcas comerciales extranjeras."¹¹³ A fines del mismo año, la Biblioteca INTEC anunciaba la disponibilidad de "Patentes de los siguientes países: Australia,

111. Ibid., p. 78.

112. Unknown Author; "Servicios de documentación e información que ofrece INTEC." INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 2, Santiago, June 1972, p. 67.

Sin autor; "Servicios de documentación e información que ofrece INTEC". In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 2, Santiago, junio 1972, p. 67.

113. Ibid.

114. Unknown Author; "Notas. Servicio de patentes extranjeras." INTEC. In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 3, Santiago, December 1972, p. 60.

Sin autor; "Notas. Servicio de patentes extranjeras". INTEC. In: *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 3, Santiago, diciembre 1972, p. 60.

RIGHT: trademarks registered by Servicio de Seguro Social in 1970 and Gomina Galán in 1965.

DERECHA: marcas registradas por Servicio de Seguro Social in 1970 and Gomina Galán in 1965.



ABOVE: trademarks registered by Rudi Rendel in 1969 and FIP, Fábrica de Instrumentos de Precisión, 1972.

ARRIBA: marcas registradas por Rudi Rendel in 1969 and FIP, Fábrica de Instrumentos de Precisión, 1972.

115. Unknown Author; "Notas. Publicaciones para el sector industrial." INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 4, Santiago, June 1973, p. 49
Sin autor; "Notas. Publicaciones para el sector industrial". INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, No. 4, Santiago, junio 1973, p. 49.



"Publication of the Bulletin of Industrial Property began in January, listing the invention patents registered in Chile. It is edited by the INTEC Information Center and the Department of Industrial Property of the Ministry of Economy.

Soon to be published, the Bulletin of Industrial Information will feature news for companies, as well as a section dedicated to the country's different productive sectors, with summarized articles of interest. It will be edited with the financial support of the National Focal Point of the Technology Transfer pilot project of OAS and INTEC, CONICYT and CORFO."¹¹⁵

Between early 1971 and September 1973, the Technological Investigations Committee carried out different projects in fields considered strategic for national development, such as agriculture, food, electronics, chemistry, industrial design, and even computer science, and while a large share of these initiatives were never implemented, the work performed reflected the importance that Industrial Property and technological transfer had acquired in the transition from the 1960s to the 1970s, a discussion which gained national prominence as the "inward-oriented development" model came to an end in Chile and the region, giving way to a new economic order.

Austria, Bélgica, Canadá, Checoslovaquia, Dinamarca, Egipto, Estados Unidos, Francia, Alemania, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Polonia, Reino Unido, Suecia, Suiza, Unión Soviética."¹¹⁴ En junio de 1973, el último número de la revista señalaba la aparición de dos publicaciones en el ámbito de la Propiedad Industrial y la transferencia tecnológica:

"Desde enero se está publicando el *Boletín de Propiedad Industrial*, que contiene las patentes de invención registradas en Chile. Está editado por el Centro de Información de INTEC y el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía.

Se encuentra próximo a publicar el *Boletín de Información Industrial*, que contendrá noticias para las empresas, además de una sección dedicada a los distintos sectores productivos nacionales, con resúmenes de artículos de interés. Será editado con el patrocinio del Punto Focal Nacional del proyecto piloto de Transferencia de Tecnología de la OEA e INTEC, CONICYT y CORFO."¹¹⁵

Entre comienzos de 1971 y septiembre de 1973, el Comité de Investigaciones Tecnológicas llevó a cabo distintos proyectos en ámbitos considerados estratégicos para el desarrollo del país, como la agricultura, alimentos, electrónica, química, diseño industrial e incluso

Meanwhile, in search of alternatives for national production, the Chilean Development Agency promoted the development of products that could be built and sold within the country. The idea of manufacturing a mass automobile for working-class sectors was conceived in this context, inspired by the Baby Brousse model developed by the French company Citröen; a production run of close to 650 units of the Yagán brand were manufactured. The manufacture of other durable goods was subject to protectionist measures, which enabled the manufacture of the first motorcycle designed in Chile, Motochi, a result of a private sector initiative. Inspired by models of the Italian companies Lambretta and Vespa, Motochi attempted to consolidate this Chilean product as an alternative to the automobile and the bicycle, accessible to a broader segment of the population, manufacturing around “2,000 red and white units,”¹¹⁶ as well as a simpler model called Motochi Lola. In 1971, the Government, bent on a radical transformation of the mass media, organized a program that sought to manufacture 130,000 television units for families who lacked the resources to purchase them. The initiative led to the manufacture of an 11-inch white artifact called Antú, by the IRT company.

In spite of the decline of the “inward-oriented development” model, new registrations continued to be submitted to the Department of Industrial Property. This period also witnessed some authorizations for industrial models¹¹⁷ such as a “portable radio,” an “electrical device for polishing shoes,” an “airplane with a fuselage similar to the body of a dolphin,” an “attack helicopter,” a “garden-tombstone for niches,” and a “box for holding a micro-telephone,” among other designs. With respect to the registration and application for invention patents, a sharp reduction was observed around 1973, with a recovery beginning in 1975. In any case, it is possible to observe some authorizations of a highly technological nature, such as an “electrostatic reproduction machine,” a “projector for alternately displaying slides,” a “therapeutic inhaler for analgesic purposes,” and a “machine for producing carbonated beverages using capsules with aromatic substances.” Inventions relating to traditional productive areas such as copper, iron and coal mining also continued being

la computación, y si bien gran parte de estas iniciativas no llegaron a implementarse, la labor realizada reflejó la importancia que en el paso de los años sesenta a los setenta pudo adquirir la Propiedad Industrial y la transferencia tecnológica, discusión que adquiriría protagonismo en el país a medida que el modelo de “desarrollo hacia adentro” llegaba a su fin en Chile y la región, para dar paso a un nuevo orden económico.

Por otra parte, la Corporación de Fomento de la Producción impulsó el desarrollo de productos que pudieran ser construidos y comercializados en el país como una búsqueda de alternativas de producción nacional. En este contexto se fraguó la idea de fabricar un auto masivo para los sectores populares inspirado en el modelo Baby Brousse, desarrollado por la marca francesa Citröen, llegando a una producción cercana a las 650 unidades de marca Yagán. La confección de otros bienes durables estuvo sujeta a medidas proteccionistas, lo que permitió la fabricación de la primera motocicleta diseñada en Chile, Motochi, resultado de la gestión de la industria privada. Inspirada en los modelos de las marcas italianas Lambretta y Vespa, la Motochi intentó consolidar este producto chileno como una alternativa entre el automóvil y la bicicleta, accesible a un mercado más amplio de la población, fabricándose alrededor de “2.000 unidades en rojo y blanco”,¹¹⁶ además de un modelo más sencillo llamado Motochi Lola. El Gobierno, empeñado en una transformación radical de los medios de comunicación, organizó en 1971 un programa destinado a la fabricación de 130 mil unidades de televisores para las familias que no disponían de los recursos para obtenerlos. La iniciativa se tradujo en la fabricación de un artefacto blanco de 11 pulgadas modelo Antú, de la empresa IRT.

A pesar del declive del llamado modelo de “desarrollo hacia adentro”, continuaron efectuándose nuevas inscripciones en el Departamento de Propiedad Industrial. De este período datan también algunas concesiones de modelos industriales¹¹⁷ como una “radio portátil”, un “artefacto eléctrico para lustrar calzado”, un “avión con un fuselaje similar al cuerpo de un delfín”, un “helicóptero de ataque”, una “lámpara-jardinera para nichos” y una “caja para contener un microteléfono”,

116. Palmarola, Hugo; “Productos y socialismo: Diseño industrial estatal en Chile.” In: Claudio Rolle (editor); 1973. *La vida cotidiana de un año crucial*. Santiago, Planeta, 2003, pg. 272.

Palmarola, Hugo; “Productos y socialismo: Diseño industrial estatal en Chile”. En: Claudio Rolle (editor); 1973. *La vida cotidiana de un año crucial*. Santiago, Planeta, 2003, p. 272.

117. It is worth noting that, at the national level, the registration of industrial models had begun in 1925, with the first one being “a manual container for transporting eggs.” With Law 19,039 of 1991, these began to be called “industrial designs.” Internationally, the term “industrial design” was used for the first time in an official document in 1918. In the United States, after the increase in trademark and invention forgeries, the Superintendency of the American Patent Office decided to modify its regulations for the protection of industrial designs, considered a generic description describing the form of the products on the market. For further information, see: Campi, Isabel; *La idea y la materia. El diseño de producto en sus orígenes*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2007.

Valga recordar que a nivel nacional los registros de modelos industriales se habían iniciado en 1925, siendo el primero “un envase manual para transportar huevos”. A partir de la Ley 19.039 del año 1991, comienzan a denominarse “diseños industriales”. A nivel internacional, el término “diseño industrial” se utilizó por primera vez en un documento oficial en 1918. Fue en los Estados Unidos que, con motivo del aumento del plagio de marcas e inventos, la Superintendencia de la Oficina Americana de Patentes tomó la iniciativa de modificar las normas de protección del diseño industrial, considerado como una descripción genérica relativa a la forma de los productos del mercado. Para mayores antecedentes, véase: Campi, Isabel; *La idea y la materia. El diseño de producto en sus orígenes*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2007.

patented; devices to improve wine harvesting; containers for beverages and food products; machinery and new procedures for the textile industry, and certain durable goods such as bicycles, waxing machines, washing machines, audio equipment, and devices for television.

In the strictly legal field, it is important to mention the 1973 enactment of the Law in Defense of Free Competition, which introduced improvements to Law No. 13,305 of 1959, the first was to establish norms to promote free industrial and commercial competition. This new law created the Anti-Monopoly Commission, the country's first regulatory body dedicated exclusively to matters pertaining to the defense of free competition. Its current text, consolidated, coordinated and systematized, was established in 2005 by the Ministry of Economy, Development and Reconstruction (heretofore known as the Law in Defense of Free Competition).



ABOVE: trademark registered by Chiteco, Santiago, 1969.

ARRIBA: marca registrada por Chiteco, Santiago, 1969.

RIGHT: trademark registered for Pastillas Cupido, Concepción, 1962.

ARRIBA: marca registrada para Pastillas Cupido, Concepción, 1962.



entre otros diseños. Respecto al registro y solicitud de patentes de invención, se observa un fuerte descenso hacia 1973, produciéndose un repunte a partir de 1975. De todas formas, es posible constatar algunas concesiones de fuerte impronta tecnológica como una “máquina reproductora electrostática”, un “proyector para la proyección alternada de diapositivas”, un “inhalador terapéutico con fines analgésicos” y una “máquina para la producción de bebidas gaseosas mediante cápsulas, con sustancias aromáticas”. Así también continuaron patentándose invenciones relacionados con áreas productivas tradicionales como la minería del cobre, el hierro y el carbón; dispositivos para mejorar la vendimia; envases de bebidas y productos alimentarios; maquinaria y nuevos procedimientos para la industria textil, y ciertos bienes durables como bicicletas, enceradoras, lavadoras, equipos de audio y dispositivos para televisores.

En el plano estrictamente legal, merece destacarse la promulgación en 1973 de la Ley de Defensa de la Libre Competencia, que introdujo mejoras a la Ley N° 13.305 del año 1959, la primera que había establecido normas para fomentar la libre competencia industrial y comercial. Esta nueva ley creó la Comisión Antimonopolios, siendo el primer cuerpo normativo destinado exclusivamente a temas de defensa de la libre competencia en nuestro medio. Su actual texto, refundido, coordinado y sistematizado, será fijado el año 2005 por el Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, en adelante como Ley de Defensa de la Libre Competencia.



ABOVE: trademark registered by the Producers Association of Chilean Apples and Pears, 1962.

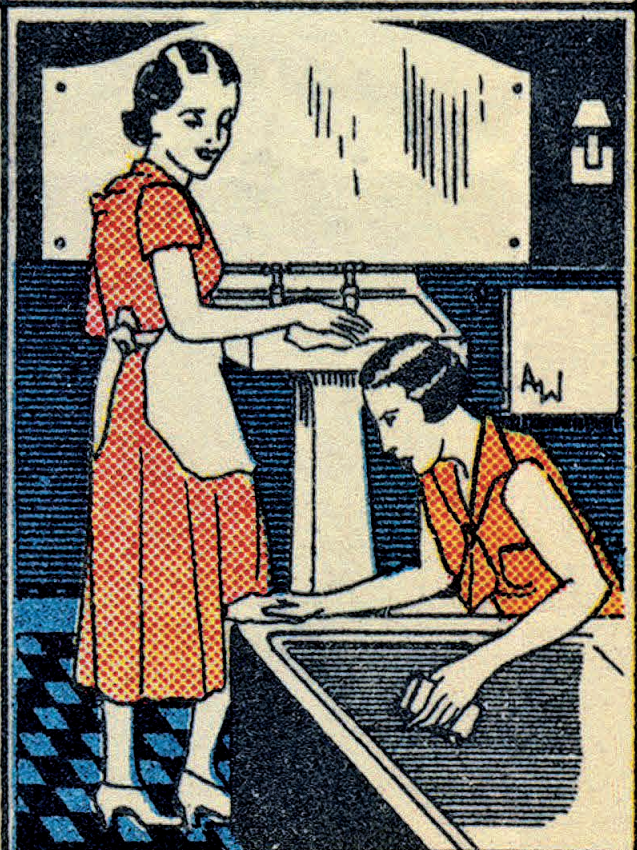
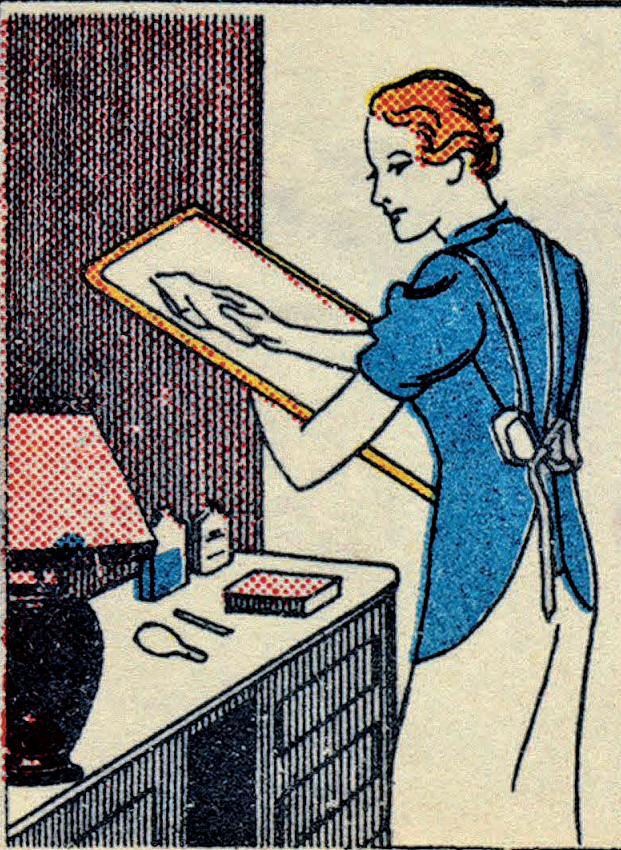
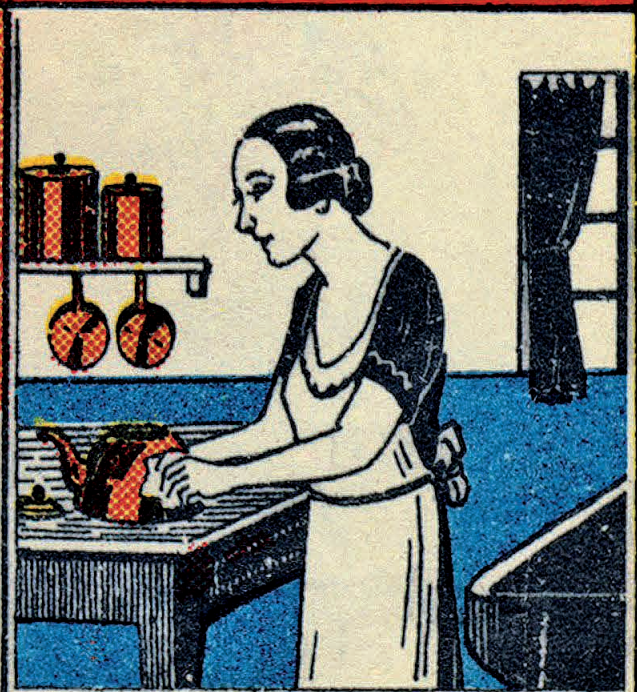
ARRIBA: registro de marca para la Asociación de Productores de Manzanas y Peras de Chile, 1962.

KLENZO

M. R.

EN POLVO

LIMPIA - DESENGRASA - PULE



PISCO CERRO TOLOLO



SELECCION 30°

Destilado y Embotellado por:

PISQUERA DIAGUITA

Valle del Elqui • Producto chileno - Coquimbo • Contenido 665 c.c.

CHILEAN GREEN BEANS

Sliced - French Style

Net Weight 11 oz N° 1 Picnic Can

CHILEAN GREEN BEANS

Sliced - French Style

Net Weight 11 oz N° 1 Picnic Can

Producto Chileno Elaborado por
CONSERVAS ACONCAGUA S.A. — SAN FELIPE
Delicias 218 - San Felipe. - Marca y Etiquetas Registradas
Res. S. N. S. (3a. Zona Aconcagua) No. 479 del 11-10-62
CONTENIDO NETO 310 Grs. M/M.

POROTOS
PARTIDOS
ACONCAGUA

Producto Chileno Elaborado por
CONSERVAS ACONCAGUA S.A. — SAN FELIPE
Delicias 218 - San Felipe. - Marca y Etiquetas Registradas
Res. S. N. S. (3a. Zona Aconcagua) No. 479 del 11-10-62
CONTENIDO NETO 310 Grs. M/M.

CHILEAN SLICED QUINCES

Peeled - Heavy syrup

Net weight 1 lb. 3.5 oz. app. N° 2 can

Producto Chileno Elaborado por
CONSERVAS ACONCAGUA S.A. — CHILE
Delicias 218 - San Felipe. - Marca y Etiqueta Registradas
Res. S. N. S. (3a. Zona Aconcagua) No. 479 del 11-10-62
CONTENIDO NETO 555 Grs. M/M.

MEMBRILLOS
TAJADAS
ACONCAGUA

CHILEAN HALVED PEARS

Bartlett - Peeled - Heavy syrup

Net weight 1 lb. 3.5 oz. app. N° 2 can

Producto Chileno Elaborado por
CONSERVAS ACONCAGUA S.A. — CHILE
Delicias 218 - San Felipe. - Marca y Etiqueta Registradas
Res. S. N. S. (3a. Zona Aconcagua) No. 479 del 11-10-62
CONTENIDO NETO 555 GRs. M/M.

PERAS
MITADES
ACONCAGUA

CHILEAN
CORN

Choclos picados
seleccionados al natural
listos para servir en ensaladas
y guisos en general

CHOCLOS
PICADOS

CHILEAN
CORN

Choclos p
seleccionados
listos para servir
y guisos en

Lucchetti

4

A continuación agregue la Sal-
sa LUCCHETTI,
previamente ca-
lentada u otro
condimento, con
queso rallado a
gusto.—



En seguida
escurra los

Cuando los
fideos estén a punto
(15 minutos) retírelos del fue-
go, echándoles una taza de
agua fría para detener brus-
camente la cocción.—



Cuando el
agua hierva
fuerte, eche
lentamente

Ponga a hervir a
fuego intenso 3
litros de agua, con
dos cucharadas ra-
sadas de sal.—

Como
cocer
los fideos

al
estilo

SPAGHETTI

Lucchetti

M. R.

250 GRAMOS NETO M/M. AL ENVASAR

MOLINOS Y FIDEOS LUCCHETTI, S. A. Av. Vicuña Mackenna 2600, Stgo. Chile.

Estilo Italiano

*Garantizamos
en este producto*

- producción al vacío
- 100% semolina de trigo duro
- un rendimiento excepcional en la cocción
- un alto valor nutritivo y fácil digestión

Lucchetti

250 GRAMOS NETO M/M. AL ENVASAR
MARCAS Y DISEÑOS REGISTRADOS

M. R.

Lucchetti

Estilo Italiano

SPAGHETTI

4

100%
SEMOLINA

PARA
ABRIR
PRESIONE

GARANTIDO
SIN MANTE
COLORANTE

Lucchetti

4

Autorizado por el S. N. S. por resolución N° 732, de fecha 16 -1- 1961.

CHAPTER THREE

CAPÍTULO TRES

GLOBALIZATION AND KNOWLEDGE SOCIETY

GLOBALIZACIÓN Y SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

THE END OF THE DEVELOPMENTALIST MODEL

In the period between the mid-1970s and the end of the following decade, the new model of economic management implemented by the government encouraged, among other measures, the privatization of public enterprises and the promotion of foreign investments, installing new production plants or purchasing national companies. Other economic characteristics of this period included incentives to business activity, through policies such as tax exemptions for importing capital goods and the promotion of exports, as an alternative for correcting the depressed economic scenario of the early 1970s. These actions led to a prosperity period that lasted until 1981, re-establishing the former model of “outward-oriented development” as a result of the opening of markets and the elimination of restrictions on imports. Although industrial exports (foods, woods, chemical products, metals, electrical articles, etc.) increased between 1973 and 1975, the more visible symptoms of growth became most evident beginning in 1976. Referring to this moment in the country’s history, in the early 1980s the Federation of Chilean Industry declared:

“Consequently, the industrial sector underwent a technological renewal, improving the quality and design of its products; increasing its levels of productivity spectacularly, organizing companies in more rational ways, with qualified executive, professional and technical personnel, and improving its commercial strategies and methods.”¹

Even so, during this decade not all productive sectors showed the same dynamic nature, and some factors remained constant, including a high level of debt among companies, an unequal treatment between Chilean

EL FIN DEL MODELO DESARROLLISTA

Durante el período situado entre mediados de los años setenta y fines de la década siguiente, el nuevo modelo de gestión económica implementado a nivel gubernamental impulsó, entre otras medidas, la privatización de las empresas públicas y el fomento a las inversiones extranjeras, instalando nuevas plantas de producción o comprando empresas nacionales. También fueron rasgos económicos de la época el incentivo a la actividad del sector empresarial, mediante políticas como la exención tributaria a la importación de bienes de capital y el fomento a las exportaciones, como una alternativa para subsanar la deteriorada situación económica de comienzos de los años setenta. Estas acciones produjeron un período de bonanza hasta 1981, reestableciendo el antiguo modelo de “desarrollo hacia afuera” producto de la apertura de los mercados y la eliminación de las restricciones a las importaciones. Si bien las exportaciones industriales (alimentos, maderas, productos químicos, metales, artículos eléctricos, etc.) experimentaron un incremento entre 1973 y 1975, los síntomas más visibles de crecimiento se hicieron más evidentes a partir de 1976. Refiriéndose a este momento histórico del país, la Sociedad de Fomento Fabril señalaba a comienzos de los años ochenta:

“El sector industrial pudo en consecuencia renovarse tecnológicamente, superar la calidad y el diseño de sus productos; superó espectacularmente los niveles de productividad, organizando más racionalmente las empresas, dotándolas de personal ejecutivo, profesional y técnico capacitado, y perfeccionando sus estrategias y métodos comerciales.”¹

Aún así, durante esta década no todos los sectores productivos mostraron el mismo dinamismo, manteniéndose algunas constantes



ABOVE: trademark registration for office supplies, notebooks, envelopes and other Class 81 products. Registered by Imprenta y Litografía Universo S.A., 1965.

ARRIBA: registro de marca para artículos de escritorio, cuadernos, sobres y demás artículos de la clase 81. Efectuado por Imprenta y Litografía Universo S.A., 1965.

1. Barrera, Manuel, Sergio Ceppi, Lucy Ercilla, Enrique Sanhueza y Claudio Vila; *Chile, 100 Años de Industria (1883-1983)*. Santiago, Sociedad de Fomento Fabril, 1983, pp. 221-222.

and foreign products in the inspection of norms, and the absence of legislation capable of monitoring unfair competition from imported products that were subsidized by their countries of origin. Meanwhile, the increasingly recessive trend of this period led industrial production to decline, which brought a significant reduction in the production of manufactured goods within the country.

INDUSTRIAL PROPERTY AND THE MARKET

As the decade advanced, both articles published in the press and advertisements in public spaces and on television highlighted the sale of automobiles, household goods, appliances, food, hygiene and beauty products, as barometers of the country's economic development. The new openness to trade was the beginning of a new sphere of consumption, where it would become normal to see "up to 20 different brands of whisky, U.S. detergents, European bicycles, Korean textiles, Taiwanese toys, Japanese radios and cars."² This unprecedented situation was confirmed by Chilean Central Bank statistics when they reported that there were records of the interment of "2,112,000 television sets; 154,000 stoves;

como el alto endeudamiento de las empresas, una desigualdad de trato en la inspección de normas entre los productos chilenos y los extranjeros, y la falta de una legislación que vigilara la competencia desleal de productos importados subsidiados en sus países de origen. Por otra parte, la agudización de la tendencia recesiva, propia del período, se manifestó en una caída de la producción industrial, lo que significó una baja ostensible en la producción de artículos manufacturados en el país.

PROPIEDAD INDUSTRIAL Y MERCADO

Con el avance de la década, tanto artículos publicados por la prensa como anuncios en el espacio público y televisión destacaron las ventas de automóviles, bienes para el hogar, electrodomésticos y productos alimentarios, de higiene y belleza, como barómetros del desarrollo económico del país. La apertura al exterior fue el comienzo de una nueva esfera del consumo, donde ya sería frecuente ver "hasta 20 marcas diferentes de whisky, detergentes norteamericanos, bicicletas europeas, textiles coreanos, juguetes taiwaneses, radios y autos japoneses".² Una inédita situación que las estadísticas del Banco Central confirmarían

BELOW, LEFT: National, trademark for electrical devices with a large presence during the 1980s. This logo was registered in 1962, for sewing machines.

ABAJO, A LA IZQUIERDA: National, marca de artefactos eléctricos con gran presencia en la década de los ochenta. El logotipo fue registrado en 1962, para máquinas de coser.

BELOW, RIGHT: Hawaianas, trademark registered by Sociedad Anónima Manufacturera de caucho, tejidos y cuero Catecu S.A., Peñaflo, 1970.

ABAJO, DERECHA: Hawaianas, marca inscrita por la Sociedad Anónima Manufacturera de caucho, tejidos y cuero Catecu S.A., Peñaflo, 1970.

CENTRE: Wrangler, trademark for jeans that was widespread during the eighties. It was registered in 1969 by U.S. Blue Bell's Inc., for clothing.

AL CENTRO: Wrangler, marca de jeans de gran difusión en los años ochenta. Fue registrada en 1969 por la industria estadounidense Blue Bell's Inc., para ropa de vestir.

BOTTOM, LEFT: Walkman, trademark registered in Chile by the Japanese company Sony Kabushiki Kaisha, 1982.

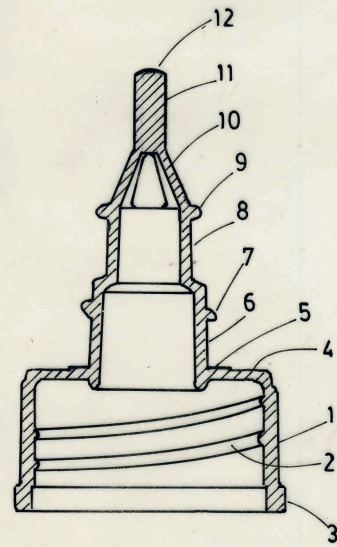
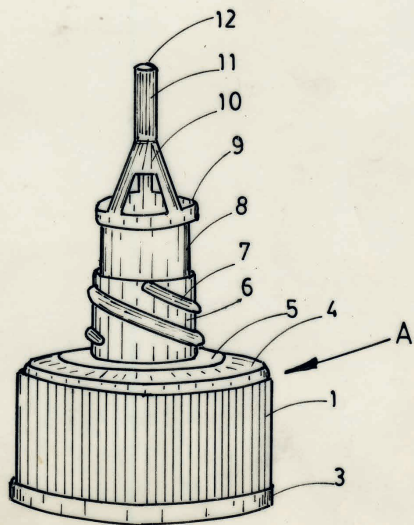
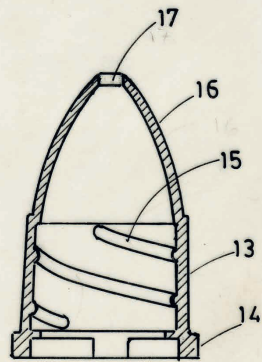
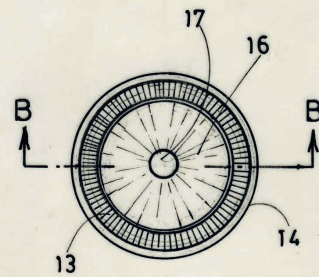
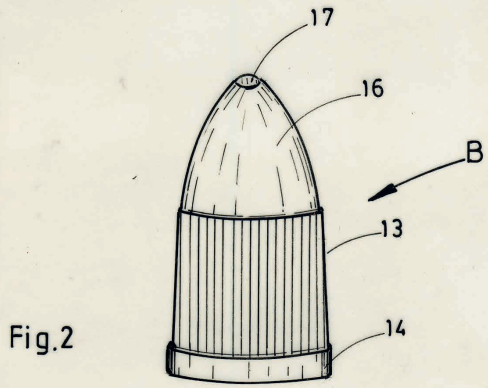
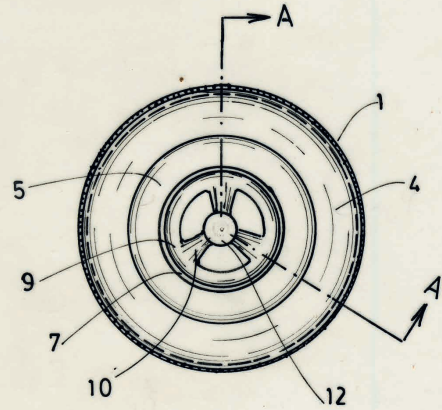
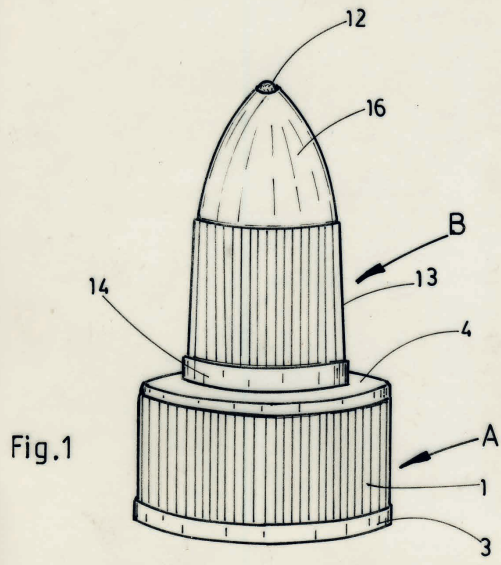
ABAJO, IZQUIERDA: Walkman, marca registrada en Chile por la empresa japonesa Sony Kabushiki Kaisha, 1982.

BOTTOM, RIGHT: trademark registered by Dolby Laboratories Inc., for electronic devices, recordings on magnetic tapes, records, sound grooves for movies, videos, among others, 1973.

ABAJO, DERECHA: marca inscrita por Dolby Laboratories Inc., para aparatos electrónicos, grabaciones en cintas magnéticas, discos, surcos sonoros de películas, videos, entre otras, 1973.



2. Délano, Manuel y Hugo Traslaviña; *La herencia de los Chicago Boys*. Santiago, Las Ediciones del Omítorrinco, 1989, p. 61.





ABOVE: trademark for textile prints, 1974.

ARRIBA: marca de fabricante de estampados para textiles, 1974.

BELOW: Valdés chair, an icon of national design, registered in 1979.

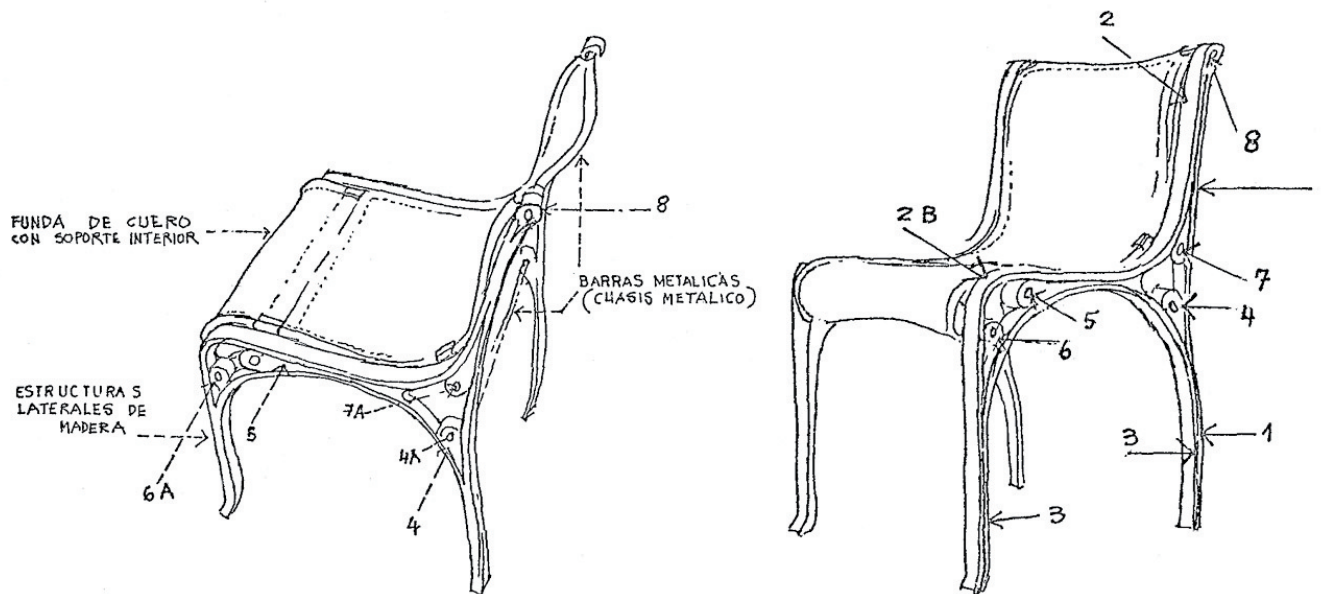
ABAJO: silla Valdés, ícono del diseño nacional, inscrita en 1979.

competition— consumers rewarded manufacturers and brands that delivered the best product at the most convenient price. However, the opening of markets caused a diversification of the possibilities for consumers, and with the arrival of this new commercial concept, Chile became a receiver both of products manufactured in Third World or developing countries—mainly India and China—and of First World clearance batches, which explains the increasing appreciation of imported goods.

In terms of patenting, in 1976 there was a significant reduction in patent registrations in Chile: a total of 190, the lowest figure of the decade. However, the following year this figure would begin to increase, ultimately reaching a yearly average of approximately 400 to 600 patent registrations during the 1980s. Although there was a reduction in intermediate goods (furniture, wood, glass, accessories, electrical equipment, etc.), agriculture was less affected, as demonstrated in the authorization of patents such as a “machine for squeezing and reducing fruit to pulp,” a “device for choosing and separating fruit by color,” and a “machine for slicing and removing pits from peaches.” This is why some emblematic productive sectors of this period were agriculture, grape growing and wine production, and the pisco industry.

escoger entre artículos alternativos—que implicaban la existencia de una creciente competencia— el consumidor premiaba al fabricante y la marca que entregaba el mejor producto, al precio más conveniente. Sin embargo, la apertura de los mercados provocó una dispersión de las posibilidades al alcance de los consumidores y con el advenimiento de la nueva lógica comercial, Chile se transformó en un receptor tanto de productos fabricados en países del tercer mundo o en vías de desarrollo, principalmente India y China, como de saldos de liquidación provenientes del primer mundo, lo cual explica la creciente valoración de ‘lo importado’.

Respecto al patentamiento, en 1976 se produjo un descenso ostensible en el registro de patentes en Chile: 190 en total, la cifra más baja de la década. Sin embargo, a partir del año siguiente se producirá un alza, llegando a registrarse un promedio aproximado de 400 a 600 patentes por año durante la década de 1980. Aunque se observa una caída en los rubros de los bienes intermedios (muebles, madera, vidrio, accesorios, equipos eléctricos, etc.), la agricultura se vio menos afectada, lo que se constata en la concesión de patentes como una “máquina para exprimir y reducir fruta a pulpa”, un “aparato para escoger y separar fruta según su color” y una “máquina para partir y descarozar duraznos”. De ahí que algunos



Some patents of national origin in other areas are also noteworthy. The invention patent for the well-known “Valdés Chair” –an iconic product of Chilean design– was granted in 1979 to architect Cristián Valdés under the following title: “Piece of furniture with a seat that can be disassembled, whose smooth, reinforced laminated wood sides are connected to a metallic chassis, creating a strong framework that reinforces the sides,” as indicated in the registration submitted to the DPI. Later –in the field of Applied Sciences– Chilean biochemist Pablo Valenzuela would develop the first vaccine against Hepatitis B, and also direct the cloning and sequencing of the AIDS virus genome, the discovery of the Hepatitis C virus, and the development of a system of production in yeast for several proteins, including recombinant human insulin. These discoveries subsequently led to numerous patents, both in Chile and abroad.⁴

This new economic context also created conditions that were favorable to the arrival of new technologies, such as portable audio players, which personalized the act of listening to music, and the dissemination of little-known applications such as fiber optics. In 1979, Sony presented the Personal Stereo Walkman⁵ –in Chile, IRT registered a version adapted from the original model– and four years later the Japanese company Fuji patented in the country “a device for transmitting images using a fiber optic bundle.” At the same time, micro-technology was taking its first steps on the national scene: in 1983, the U.S. company Dictaphone Corporation submitted a patent application for “a tiny cassette tape.” In relation to this invention, one imported consumer product that was in high demand during this period was the “3 in 1” device, which combined in a single device the functions of a radio, a record player and a cassette player, with brands that became well-known precisely thanks to these products, and whose presence on the Chilean market later declined.

sectores productivos emblemáticos del período fueran la agricultura, la vitivinicultura y la industria pisquera.

Así también, merecen destacarse algunos patentamientos de origen nacional provenientes de otras áreas. La patente de invención para la reconocida “Silla Valdés” –producto ícono del diseño chileno– fue concedida en 1979 al arquitecto Cristián Valdés bajo el siguiente título: “Muebles de asientos desarmables cuyos costados planos de madera laminada reforzada se conectan a un chasis metálico que conforma un marco resistente colaborante con los costados”, según indica el registro llevado a cabo en el DPI. Más adelante –en el área de las Ciencias Aplicadas– el bioquímico chileno Pablo Valenzuela desarrollará la primera vacuna contra la hepatitis B y, bajo su dirección, la clonación y secuenciación del genoma del virus del SIDA, el descubrimiento del virus de la hepatitis C y el desarrollo de un sistema de producción en levaduras para varias proteínas, entre ellas la insulina humana recombinante, descubrimientos que posteriormente dieron origen a numerosas patentes, tanto en Chile como en el extranjero.⁴

En este nuevo escenario económico se dieron también las condiciones para la llegada de nuevas tecnologías como los reproductores portátiles de audio, que personalizaron el acto de escuchar música, y la difusión de aplicaciones poco conocidas como la fibra óptica. En 1979, Sony lanzó al mercado el Personal Stereo Walkman⁵ –cuya versión adaptada del modelo original fue registrada en Chile por la IRT– y cuatro años más tarde la empresa japonesa Fuji patentó en el país “un aparato para transmitir imágenes mediante un haz de fibras ópticas”. Al mismo tiempo, la microtecnología daba sus primeros pasos en el medio nacional: en 1983 la Dictaphone Corporation, de origen estadounidense, solicitó una patente de invención para “una cassette de cinta diminuta”. A propósito de este último invento, un bien de consumo importado que gozó de alta demanda en el período fue el equipo “3 en 1”, que combinaba en un sólo aparato las funciones de radio, tocadiscos y casetera, con marcas que adquirieron notoriedad precisamente gracias a estos productos, y que posteriormente declinaron su presencia en el mercado chileno.



ABOVE: trademark registration belonging of Sociedad El Tattersall S.A., Santiago, 1981.

ARRIBA: inscripción de marca de la Sociedad El Tattersall S.A., Santiago, 1981.

4. Ayerdi, Catalina; “Pablo Valenzuela, Premio Nacional de Ciencias Aplicadas y Tecnológicas 2002. Protagonista y testigo de una revolución: la Industria Genética.” In: *Biological Research*, vol. 35, Nr. 3-4, Santiago, 2002.
5. In regards to this new technology, it worth mentioning that, in 1983, Brazilian-German Andreas Pavele patented a device with similar characteristics in the United States, following a series of studies performed during the seventies. After twenty years of litigation against the multinational corporation Sony, the inventor finally received economic compensation for the millions of audio devices sold by the Japanese company using this concept. For more information, see Google Patents: United States, Patent Application No. 4,412,106, of October 25, 1983. En relación a esta nueva tecnología, cabe mencionar que en 1983 el brasileño-alemán Andreas Pavel patentó en Estados Unidos un dispositivo de similares características, como resultado de una serie de investigaciones que realizó durante los años setenta. Tras un litigio de veinte años contra la multinacional Sony, el inventor finalmente recibió una compensación económica por los millones de aparatos de audio que fueron vendidos bajo ese concepto por la empresa nipona. Al respecto, véase en Google Patents: Estados Unidos, Patente de Aplicación N° 4.412.106, del 25 de octubre de 1983.



ABOVE: Dualette, trademark registered by Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982.

ARRIBA: Dualette, marca inscrita por la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982.

ABOVE, NEXT PICTURE: Anis La Chilénita, trademark registered by Licores Magdaleno Ltda., 1972.

ARRIBA, SIGUIENTE IMAGEN: Anis La Chilénita, marca registrada por Licores Magdaleno Ltda., 1972.

RIGHT: Pelayo, trademark for Chilean caramels (calugas) registered by industrialist Pelayo Monroy Novoa, 1981.

DERECHA: Pelayo, marca de calugas chilenas registrada por el industrial Pelayo Monroy Novoa, 1981.

BELOW: as a result of the growth of consumption during the 1980s, pre-manufactured foods became more important in Chilean households. Anticipating this trend, Maggi registered an envelope dispenser in 1962.

ABAJO: con motivo del aumento del consumo en la década de 1980, las comidas preelaboradas adquirieron una mayor importancia en los hogares chilenos. Anticipándose a la tendencia, la empresa Maggi registró un dispensador para sobres en 1962.





LEFT: soap trademark registered by the English company Unilever Limited in 1974.

IZQUIERDA: marca de jabón inscrita por la empresa inglesa Unilever Limited en 1974.

BELOW: trademark registration granted to Sociedad Comercial Itahue Limitada, for entertainment services, Santiago, 1982.

ABAJO: registro de marca otorgado a La Sociedad Comercial Itahue Limitada, para servicios de entretenimientos, Santiago, 1982.

FANTASILANDIA
M.R.

ABOVE, LEFT: stickers' trademark Madecal, 1970.

ARRIBA, A LA IZQUIERDA: marca de calcomanías Madecal, 1970.



ABOVE, RIGHT: shoe polishing paste trademark, 1968.

ARRIBA, A LA DERECHA: marca de pasta para pulir zapatos, 1968.



NEXT PICTURE, LEFT: Jumbo, trademark for supermarkets in the provinces of Antofagasta, Valparaíso, Santiago, Concepción, Cautín, Osorno and Llanquihue, 1981.

SIGUIENTE IMAGEN, A LA IZQUIERDA: Jumbo, marca para supermercados en las provincias de Antofagasta, Valparaíso, Santiago, Concepción, Cautín, Osorno y Llanquihue, 1981.



NEXT PICTURE, RIGHT: Stop, trademark registered in 1981 for prepared food and the commercial establishment for their sale.

SIGUIENTE IMAGEN, DERECHA: Stop, marca registrada en 1981, para alimentos preparados y el establecimiento comercial para su venta.



CENTRE, LEFT: Osito, trademark for the manufacture, sale and import of footwear, Santiago, 1982.

AL CENTRO, IZQUIERDA: Osito, marca para la fabricación, venta e importación de calzado en general, Santiago, 1982.



NEXT, CENTRE: Caloi, trademark registration for bicycles and gymnastic appliances, 1980.

SIGUIENTE, AL CENTRO: Caloi, registro de marca de bicicletas y artículos para gimnasia, 1980.



RIGHT: trademark registration for Gas Licuado Lipigas S.A., 1981.

DERECHA: marca registrada por Gas Licuado Lipigas S.A., 1981.



BOTTOM, LEFT: Ariztia, trademark registered in 1980 by Manuel Ariztia Ruiz, Melipilla, 1980.

ABAJO, IZQUIERDA: Ariztia, marca registrada en 1980 por Manuel Ariztia Ruiz, Melipilla, 1980.



BOTTOM, RIGHT: Innasa, trademark for Industria Nacional de Soldaduras y Aleaciones Ltda., Santiago, 1974.

ABAJO, DERECHA: Innasa, marca para Industria Nacional de Soldaduras y Aleaciones Ltda., Santiago, 1974.





ON THIS PAGE: historical evolution of the trademarks Mademsa, for household appliances; CIC, for a furniture factory; and Abastible, for a bottled gas company.

EN ESTA PÁGINA: evolución histórica de las marcas de la empresa de productos de línea blanca Mademsa, la fábrica de muebles CIC y la Compañía de Gas Envasado Abastible.

RIGHT: historical evolution of the graphic identifier of the international agency. The first version, from 1883, showed the Paris and Berne Union for the Protection of Industrial, Literary and Artistic Property. Beginning in 1963, the acronym BIRPI (United International Bureau for the Protection of Intellectual Property) was used, and in 1970 this was changed to WIPO (World Intellectual Property Organization), which is its current name.

DERECHA: evolución histórica del identificador gráfico del organismo internacional. La primera versión de 1883 designó a la Unión de París y Berna para la protección de la Propiedad Industrial, Literaria y Artística. A partir de 1963 se utilizaron las siglas BIRPI (Bureaux Internationaux Réunis pour la Protection de la Propriété Intellectuelle), y en 1970 cambió a WIPO (World Intellectual Property Organization), denominación vigente hasta la actualidad.

BELOW: headquarters of the International Bureau for the Protection of Industrial Property, Bern, 1893.

ABAJO: sede de la oficina internacional para la protección de la Propiedad Industrial, Berna, 1893.



1883-1962



1963



1970



1970



CHILE AND THE INTERNATIONAL PROTECTION OF INDUSTRIAL PROPERTY

CHILE Y LA PROTECCIÓN INTERNACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

In 1975, Chile joined the World Intellectual Property Organization (WIPO), a specialized agency of the United Nations system, based in Geneva, Switzerland.

WIPO was established in 1967 with a mandate by its member States to promote the protection of intellectual property throughout the world by strengthening cooperation between said States and collaborating with other international organizations.

However, its origins dated back to 1873, when the need to protect Intellectual Property internationally became evident at the Vienna International Exposition of Inventions, where some foreign exhibitors refused to attend out of fear of getting their ideas stolen for commercial use in other countries. In 1883, the Paris Convention for the Protection of Industrial Property⁶ was adopted, and three years later the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works was adopted.⁷ In both cases, small International Offices were created, which combined in 1893 to form what were called International Offices for the Protection of Intellectual Property (known by its French acronym, BIRPI), a precursor of the current WIPO.⁸

At the local level, a relevant milestone came in 1968, with the foundation of the Chilean Intellectual Property Association (ACHIFI), an entity which has since organized those whose technical or professional activities are related to intellectual property. The main goals of the association include “Promoting the protection and respect for the rights, principles and values of Intellectual Property, in particular, and of other intellectual creations, in general;”⁹ as well as “the study and improvement of legislation and professional activities in the fields of Industrial Property and related issues.”¹⁰

En 1975, Chile pasó a ser parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), organismo especializado del sistema de Naciones Unidas, con sede en Ginebra, Suiza.

La OMPI se había establecido el año 1967 con el mandato de los Estados miembros de fomentar la protección de la propiedad intelectual en todo el mundo mediante la cooperación entre dichos Estados y la colaboración con otras organizaciones internacionales.

Sin embargo, sus orígenes se remontan a 1883, cuando se hizo evidente la necesidad de protección internacional de la Propiedad Intelectual con ocasión de la Exposición Internacional de Inventiones de Viena, a la que algunos expositores extranjeros se negaron a asistir por miedo a que les robaran sus ideas para explotarlas comercialmente en otros países. Ese año, se adoptó el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial⁶ y tres años más tarde, el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas⁷. En ambos casos, se crearon pequeñas Oficinas Internacionales que en 1893 se unieron para formar lo que se denominarían Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (organización conocida por su sigla francesa BIRPI), precursora de la actual OMPI.⁸

A nivel local, un hito relevante se produjo en 1968, con motivo de la fundación de la Asociación Chilena de Propiedad Intelectual (ACHIFI), entidad que desde entonces reúne a quienes ejercen una actividad técnica o profesional relacionada con la propiedad intelectual. La asociación, tiene entre sus objetivos centrales “Promover la protección y respeto de los derechos, principios y valores de la Propiedad Intelectual en particular y de otras creaciones del intelecto, en general;”⁹ de igual forma, “el estudio y perfeccionamiento de la legislación y del ejercicio profesional en las áreas de la Propiedad Industrial y materias relacionadas”.¹⁰

Desde su ingreso a la OMPI en la década de 1970, nuestro país comenzó a tener una activa participación en los acuerdos, firmando desde entonces 15 de los 26 tratados de Propiedad Industrial promovidos por la organización, que

6. First large-scale international treaty designed to help national authors from one country obtain protection in other countries for their intellectual creations through Intellectual Property rights for patents (inventions), trademarks and industrial designs. It entered into effect in 1884 in 14 States. See: <http://www.wipo.int> [date reviewed: October 5, 2010]. Primer tratado internacional de gran alcance destinado a facilitar que los autores nacionales de un país obtuviesen protección en otros países para sus creaciones intelectuales mediante derechos de Propiedad Intelectual para las patentes (invenciones), las marcas y los diseños industriales. Entró en vigor en 1884 en 14 Estados. Véase: <http://www.wipo.int> [fecha de consulta: 05-10-10].
7. Ibid. Its goal was to help citizens of member States to obtain international protection for their right to control the use of their creative works and receive payment for such uses, applicable to novels, stories, poems, theatrical works, songs, operas, musical productions, sonatas; as well as drawings, paintings, sculptures and architectural works. Ibid. Éste tuvo por objetivo contribuir a que los nacionales de los Estados contratantes obtuvieran protección internacional para su derecho a controlar el uso de sus obras creativas y a recibir un pago por dicho uso, aplicable a novelas, cuentos, poemas, obras de teatro, canciones, óperas, revistas musicales, sonatas; así también a dibujos, pinturas, esculturas y obras arquitectónicas.
8. Ibid.
9. See: http://www.achipi.cl/objectives_ACHIFI.htm [date reviewed: October 5, 2010]. Véase: http://www.achipi.cl/objectives_ACHIFI.htm [fecha de consulta: 05-10-10].
10. Ibid.

RIGHT: patent for a controller for automatic transmissions in vehicles invented by the British company Borg-Warner Limited, 1970.

DERECHA: patente de regulador para transmisiones automáticas en vehículos, inventado por la empresa inglesa Borg-Warner Limited, 1970.

BELOW, RIGHT: in 1979, Sony introduced the Walkman, the first portable stereo audio device.

ABAJO, DERECHA: en 1979, Sony presentó el Walkman, primer reproductor de audio estéreo portátil

BELOW, LEFT: patent for a cabinet for portable computer, IBM, 1986.

ABAJO, IZQUIERDA: patente de gabinete de computador portátil, IBM, 1986.

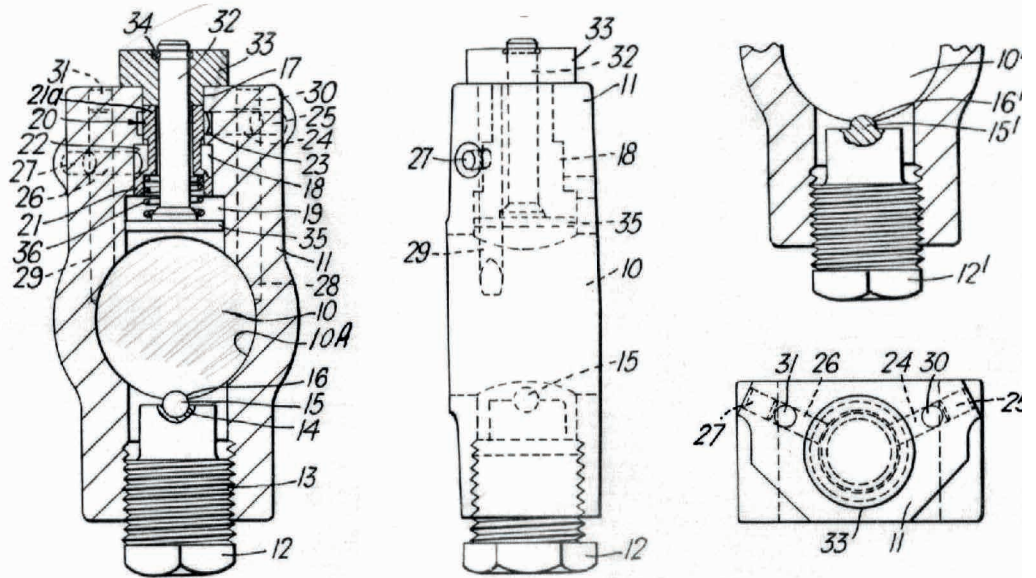


FIG. 1

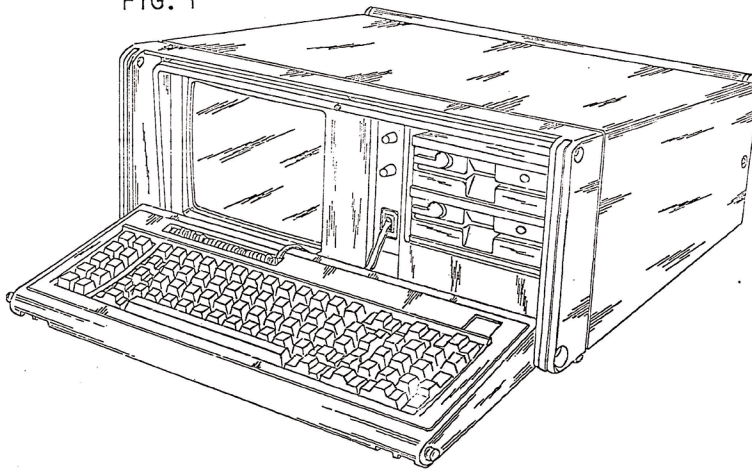
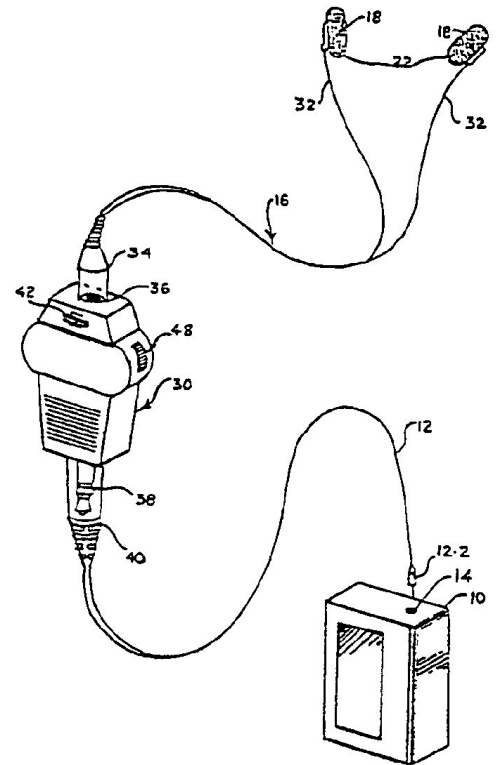
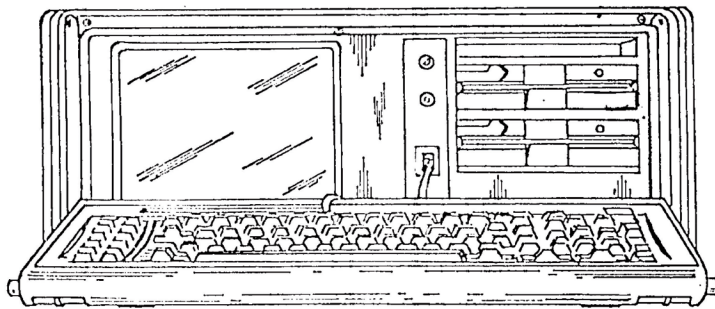


FIG. 4



Since joining WIPO in the 1970s, our country began to actively participate in its agreements, signing 15 of the 26 Industrial Property treaties promoted by the organization, which in 2015 had 188 member States around the world.¹¹ Chile also played an important role on WIPO's permanent committees, promoting the inclusion of new topics for debate and presenting specific projects. Several Chileans have also held high positions at WIPO, including attorney Marino Porzio Bozzolo, who was Associate General Director of WIPO from 1980 to 1987 and President of the General Assembly –the organization's highest political body– in 1999–2001. Chilean attorneys Ricardo Sateler and Sergio Escudero also worked for WIPO at different periods, in important positions within the Division of Legal Affairs. Also, in recent years distinguished Chilean professionals have been elected by the member countries to head important committees with the agency. In 2010, attorney Maximiliano Santa Cruz Scantlebury, the current Director of the National Institute of Industrial Property, was re-elected for a second period as Chairman of WIPO's Permanent Committee on Patent Rights.

In December 2014, Chilean diplomat Mario Matus Bæza was appointed as Deputy Director General of the Development Sector of WIPO. Among its main features it highlights the coordination of the Development Agenda.

Besides its participation in WIPO, over the years Chile has been an acknowledged leader in various international forums which discuss issues related to Industrial Property, such as: regulation and its effects on the international trade system (WTO and APEC); the regulation of Industrial Property rights (World Intellectual Property Organization); and the effects of these on the field of health and food (World Health Organization and FAO); and the relationship between Industrial Property and issues that are very important to Chile, such as new varieties of seeds (UPOV Convention) and the protection of genetic resources (Convention on Biological Diversity).

al año 2015 cuenta con 188 Estados miembros alrededor del mundo.¹¹ Además, Chile tuvo un destacado rol en los comités permanentes de la OMPI, promoviendo la inclusión de nuevas materias para ser debatidas y presentando proyectos específicos. A su vez, varios chilenos han desempeñado cargos destacados en OMPI, entre ellos, el abogado Marino Porzio Bozzolo, quien fue Director General Adjunto de la OMPI desde el año 1980 a 1987 y Presidente de la Asamblea General –órgano político máximo de la organización– en el bienio 1999–2001. También trabajaron en OMPI, en diferentes períodos y en importantes cargos en la División de Asuntos Jurídicos, los abogados chilenos Ricardo Sateler y Sergio Escudero. Además, en los últimos años destacados profesionales chilenos han sido electos por los países miembros para presidir importantes comités de este organismo. El año 2010, el abogado Maximiliano Santa Cruz Scantlebury, actual director del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, fue reelecto para un segundo período como presidente del Comité Permanente sobre el Derecho de Patentes de la OMPI.

En diciembre de 2014 el diplomático chileno Mario Matus Bæza fue nombrado Director General Adjunto del Sector de Desarrollo de OMPI. Dentro de sus principales funciones destaca la coordinación de la Agenda para el Desarrollo.

Además de su participación en OMPI, Chile ha tenido a lo largo de los años un reconocido liderazgo en los diversos foros internacionales donde se discuten temas relacionados con Propiedad Industrial, como la regulación y los efectos de ésta en el sistema internacional de comercio (OMC y APEC); la regulación de los derechos de Propiedad Industrial (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual); los efectos de ésta en el ámbito de la salud y la alimentación (Organización Mundial de la Salud y FAO), y la relación de la Propiedad Industrial con materias de gran importancia para Chile, tales como las nuevas variedades de semillas (Convenio UPOV) y la protección de los recursos genéticos (Convenio de Diversidad Biológica).



ABOVE: trademark of the aluminum cookware factory El Mono, 1968.

ARRIBA: marca de fábrica de utensilios de aluminio El Mono, 1968.

11. The most recent of WIPO's international agreements related to industrial property that our country adhered to are the Patent Cooperation Treaty (PCT), in force since June 2009; the Trademark Law Treaty (TLT), in force since August 2011 and the Budapest Treaty on the International Recognition of the Deposit of Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure, also in force since August 2011.

Los últimos acuerdos internacionales de la OMPI a los que adhirió nuestro país en materia de propiedad industrial son el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT, por su sigla en inglés), en vigor desde junio de 2009; el Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT), en vigor desde agosto de 2011 y el tratado de Budapest, sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en materia de Patentes, también en vigor desde agosto de 2011.



DERECHA: trademark registered by
Fábrica de Calzados Gino Ltda., 1982.
DERECHA: marca inscrita por la Fá-
brica de Calzados Gino Ltda., 1982.

RIGHT PAGE: industrial model for a
"sole for sports footwear," registered
by Fábrica de Calzados Gino Ltda.,
1989.

PÁGINA DERECHA: modelo industrial
para "plantilla del tipo para calzado
deportivo", registrado por la Fábrica
de Calzados Gino Ltda., 1989.

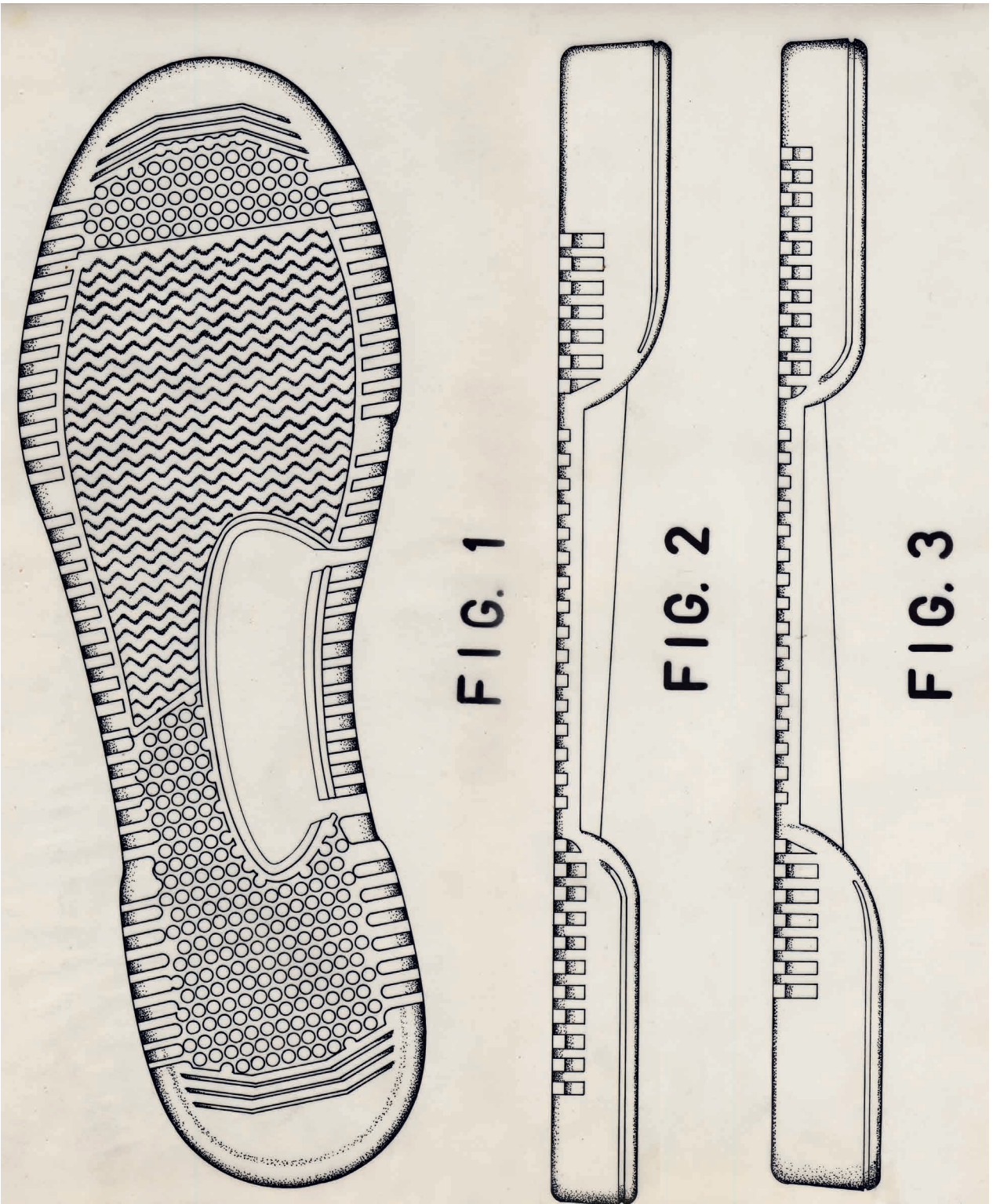


FIG. 1

FIG. 2

FIG. 3

RIGHT: therapeutic inhaler. Patent applied by U.S. company Abbott Laboratories in 1969.

DERECHA: inhalador terapéutico. Patente solicitada por la empresa estadounidense Abbott Laboratories en 1969.

BELOW: Marimon y Manicke Limitada patented this industrial model for a coin used to operate electronic entertainment machines in 1989.

ABAJO: Marimon y Manicke Limitada patentó este modelo industrial de ficha para hacer funcionar entretenimientos electrónicos en 1989.

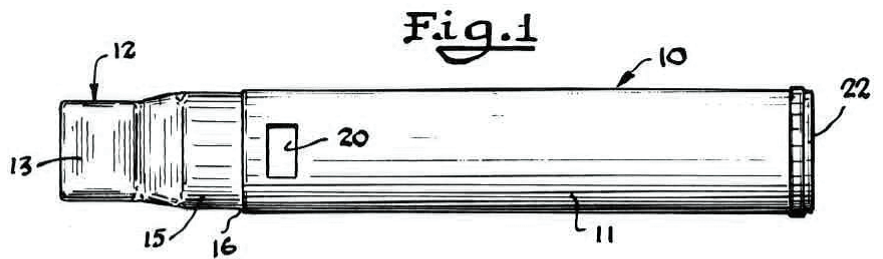


FIG 1

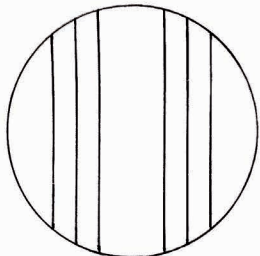


FIG 2

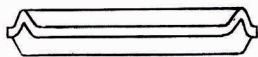


FIG 3

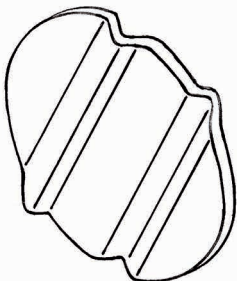


FIG 4

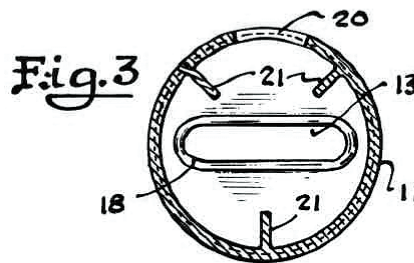
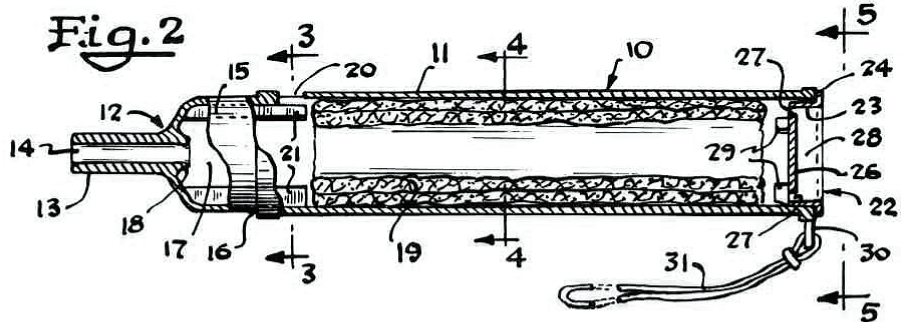


Fig. 3



Fig. 4

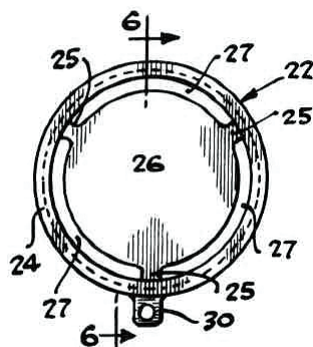


Fig. 5

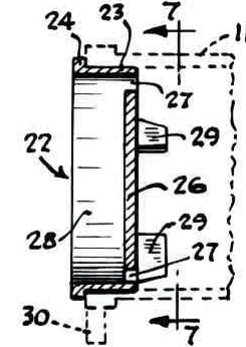


Fig. 6

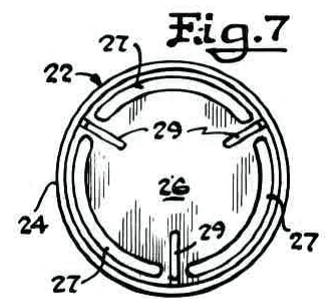
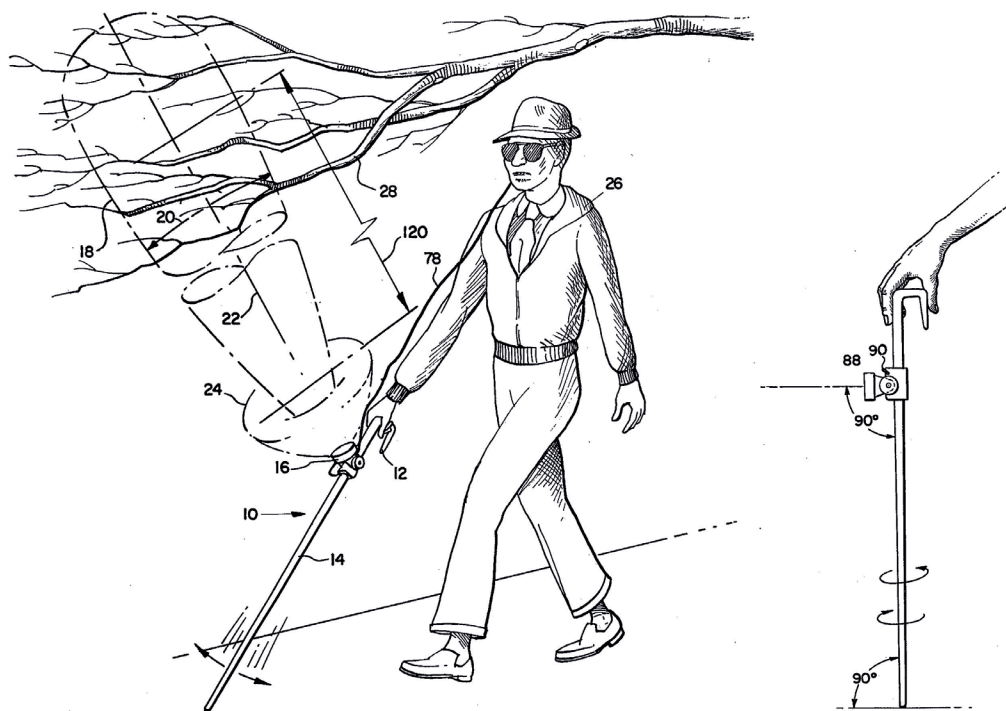


Fig. 7



LEFT: patent for a conventional mobility cane for the visually impaired, which includes an ultrasonic sensor for detecting obstacles, 1985.

IZQUIERDA: patente de bastón de movilidad convencional para personas con discapacidad visual, que contempla un sensor ultrasónico de detección de obstáculos, 1985.

THE EIGHTIES: THE PRIVATIZATION SCENARIO

In the early 1980s, a series of transformations occurred in the material life of many Chilean, giving rise to a growing consumption of national and imported goods.¹² There was a strong increase in the import of luxury products, where previously unknown brands of cosmetics, beverages, cigarettes, shoes and recreational¹³ products represented a considerable investment in second-tier necessities.¹⁴

Nevertheless, the severe impact of the global economic recession, which began in 1980 with the fall of oil prices, had a very strong impact on the national economy between 1982 and 1985, which led to a setback for Latin American economies and a loss of trust in international banking and the consequent reduction in the entry of capitals. This adverse context severely affected the national manufacturing sector, which had largely committed its activities to the access to loans in U.S. dollars for purchasing machinery. For this reason, many entities belonging to the Large Enterprise or Small and Medium Enterprise (SMEs) sector fell into bankruptcy. Emblematic fields such as the textile, leather and footwear industry were the main face of the crisis, while unemployment easily surpassed two-digit figures at the most

AÑOS OCHENTA: ESCENARIO PRIVATIZADOR

En los inicios de la década de 1980 se produjeron una serie de transformaciones en la vida material de muchos chilenos dando pie a un creciente consumo de bienes nacionales e importados,¹² Así, se registró una fuerte alza en la importación de artículos de carácter suntuario, donde desconocidas marcas de productos de cosmética, bebidas, cigarrillos, calzado y artículos de recreo¹³ significaron una considerable inversión en bienes de segunda necesidad.¹⁴

Sin embargo, el severo impacto de la recesión económica mundial, iniciada en 1980 con la caída del petróleo, repercutió fuertemente en la economía nacional entre los años 1982 y 1985, lo que a su vez significó un retroceso de las economías latinoamericanas, provocando una pérdida de confianza en la banca internacional y la consecuente disminución de entradas de capitales. Este panorama adverso afectó seriamente al sector manufacturero nacional, que en gran parte había comprometido su quehacer en base al acceso a créditos en dólares para la compra de maquinarias. Por esta razón, numerosas entidades pertenecientes a la Gran Empresa o la Pequeña y Mediana Empresa se precipitaron a la quiebra. Rubros emblemáticos como la industria textil, del

12. According to the 1982 Census, 67.5% of Chileans had a black-and-white television set, and 26.6% had a color television set, 34.6% had a washing machine, 48.7% had a refrigerator, and 84.5% had a radio. Source: INE, Censo de población 1982.

Según el Censo de 1982, un 67,5% de los chilenos poseía un televisor en blanco y negro y un 26,6% en color, un 34,6% una lavadora, un 48,7% un refrigerador y un 84,5% una radio. Fuente: INE, Censo de población 1982.

13. It was during this period that the first machines and video-game consoles entered the country for domestic use or use in entertainment establishments.

Fue en esta época que se introdujeron al país las primeras máquinas y consolas de videojuegos para su uso doméstico o en locales de entretenimientos.

14. With respect to 1970, the imports that increased the most were perfumes and beauty products (19.5%), television sets (9.35%), candy (5.15%), and alcoholic beverages and cigarettes (2.4%). In: Délano, Manuel y Hugo Traslaviña; op. cit., pp. 61-62.

Respecto de 1970, las importaciones que más aumentaron fueron los perfumes y productos de tocador (19,5%), los televisores (9,35%), las golosinas (5,15%), y las bebidas alcohólicas y cigarrillos (2,4%). En: Délano, Manuel y Hugo Traslaviña; op. cit., pp. 61-62.



ABOVE: trademark for foods registered by Conservera Cambiaso El Vergel S.A., of Santiago and Calera, 1980.

ARRIBA: marca de alimentos registrada por Conservera Cambiaso El Vergel S.A., de Santiago y Calera, 1980.



CENTRE: label and registered trademark for canned products Oso, 1980.

AL CENTRO: etiqueta y marca registrada para Conserveras Oso, 1980.

BELOW: trademark registered by Jorge Alcayaga Vicuña, for Class 30 ají (chili), Elqui, 1980.

ABAJO: marca registrada por Jorge Alcayaga Vicuña, para ají clase 30, Elqui, 1980.





ABOVE: trademark for tea registered in 1980 by Importadora Distribuidora L.Q.L. Ltda., Santiago.

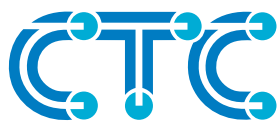
ARRIBA: marca de t  registrada en 1980 por Importador Distribuidora L.Q.L. Ltda., Santiago.

CENTRE: Compa a Cervecerías Unidas S.A. registered this trademark for "all goods in class 32" Santiago, 1982.

AL CENTRO: Compa a Cervecerías Unidas S.A., registró esta marca para "todos los productos que correspondan a la clase 32", Santiago, 1982.

BELOW: trademark for dried pasta and sauces, Lucchetti company, 1973.

ABAJO: marca registrada para pastas deshidratadas y salsas de la empresa de molinos y fideos Lucchetti, 1973.



Compañía de Teléfonos de Chile



ABOVE: Fonasa, identificador gráfico del Fondo Nacional de Salud aún vigente.

ARRIBA: Fonasa, identificador gráfico del Fondo Nacional de Salud que aún reconoce vigencia.

CENTRE: graphic identifier of Compañía de Teléfonos de Chile, widely disseminated during the 1990s.

CENTRO: identificador gráfico de la Compañía de Teléfonos de Chile, de amplia difusión durante la década de 1990.

NEXT PICTURE: Correos de Chile, version of the trademark that circulated during the 1990s.

SIGUIENTE: Correos de Chile, versión de la marca que circuló durante los años noventa.

critical moments. The decline in the prices of national raw materials, especially copper, the country's main export, unleashed an economic crisis that led to the bankruptcy of the large companies that had acquired debt during the Chilean economic boom. On the other hand, several of these companies, public agencies and producers of goods and services (Copec, CCU, CTC, Ecom, Hucke, Iansa, Inforsa, Indus, Lan Chile, McKay, Telex Chile, etc.) were able to survive thanks to a new wave of privatizations and alliances between local economic groups and transnational consortiums. This is how, in the early 1980s, the central role of private enterprise gained a greater strength and projection, even in telecommunications and in fields with a strong social impact such as social security, health care and education.

Consequently, the decade was marked by imports and products “Made in Taiwan”, but also by the supply of all types of services destined to savings, pension funds or the financing of durable goods. One sign of this was the emergence of AFPs (Pension Fund Administrators), ISAPRES (private health care organizations) and the first automated teller machines called Redbanc, a technology which in 1987 launched the electronic transfer of funds, a mode that would be joined by the massive use of credit cards, which arrived to the country the following year. Along with these transformations, unprecedented numbers of patents were granted for the management of information through digital means; including “a device for detecting seismic movements, in which the sensor activates an alarm,” patented in 1985 by Chilean inventors; “a video camera combined with a video recorder” and “a telephone device that looks like a rectangular tablet,” both processed in 1986. That same year, a design was presented for a “portable computer;” this patent was granted in 1988.

As part of the transformations produced by the increasing globalization of markets, the Chilean economy became much more tightly integrated with the international economy: “If, in 1970, 35.5% of the GSP depended on exports and imports, in 1988 this figure had grown to 52%.”¹⁵ Thus, a generation of Chileans accustomed to an image of monotonous shelves and few products witnessed the arrival of a constant flow of products associated to new

cuero y del calzado fueron el principal rostro de la crisis mientras el desempleo superó con creces los dos dígitos en los momentos más críticos. La baja en los precios de las materias primas nacionales, especialmente el cobre, la principal exportación del país, desató una crisis económica que se manifestó con la quiebra de las grandes empresas que se habían endeudado durante el boom económico chileno. Por otra parte, varias de estas compañías, organismos públicos y productoras de bienes y servicios (Copec, CCU, CTC, Ecom, Hucke, Iansa, Inforsa, Indus, Lan Chile, McKay, Telex Chile, etc.), lograrían sobrevivir gracias a la reanudación de las privatizaciones y las alianzas entre grupos económicos locales y consorcios transnacionales. Fue así como a partir de la década de 1980 se otorgó una mayor fuerza y proyección al papel central de la empresa privada, incluso en las telecomunicaciones, y en ámbitos de fuerte impacto social como la previsión, la salud y la educación.

En consecuencia, la década estuvo marcada por las importaciones y los productos “made in Taiwan”, pero también por la oferta de todo tipo de servicios destinados al ahorro, la previsión o el financiamiento de algún bien durable. Prueba de ello fue el surgimiento de las AFP, las Isapres y los primeros cajeros automáticos denominados Redbanc, tecnología que a partir de 1987 dió inicio a la transferencia de fondos electrónicos, modalidad que se sumaría al uso masivo de tarjetas de crédito, que se implementó en el país al año siguiente. Al tenor de estas transformaciones, se registraron inéditos patentamientos ligados al manejo de información a través de medios digitales; entre ellos, “un dispositivo para detectar movimientos sísmicos, en donde el sensor actúa sobre una alarma”, patentado en 1985 por inventores chilenos; “una cámara de video combinada con grabador de video” y “un aparato telefónico que presenta aspecto de una tablilla rectangular”, ambas tramitadas en 1986, y también ese mismo año, la presentación del diseño de un “computador portátil”, patente concedida en 1988.

Como parte de las transformaciones generadas por la creciente globalización de los mercados, la economía chilena pasó a tener una vinculación mucho más estrecha con la economía internacional: “Si en 1970 un 35,5

15. *Ibíd.*

consumption habits. Along with the presence of national brands established by their use, and which had appeared during the developmentalist model (Los Andes, Copihue, Cachantún, Té Club, Chiteco, Fanaloza, Carozzi, Selecta, Fensa, Mademsa, Dos en Uno, Lan Chile, Polpaico, etc.), new trademarks registrations for companies, products and services began to appear. Objectively, between 1987 and 1997 there was a radical change in 20th-century Chile, which grew at an annual average of 7%, causing a shift in consumption patterns and lifestyles for a significant segment of the population.

por ciento del PGB dependía de las exportaciones e importaciones, en 1988 esta relación había subido a 52 por ciento”.¹⁵ Es así como una generación de chilenos acostumbrada a un panorama de estanterías monótonas y pocos artículos, será testigo del advenimiento de un flujo de productos asociados a nuevos hábitos de consumo. A la presencia de marcas de origen nacional consagradas por el uso y surgidas durante el modelo desarrollista (Los Andes, Copihue, Cachantún, Té Club, Chiteco, Fanaloza, Carozzi, Selecta, Fensa, Mademsa, Dos en Uno, Lan Chile, Polpaico, etc.) se sumarán nuevos registros de marcas de empresas, productos y servicios. En términos objetivos, entre 1987 y 1997 se produjo un cambio radical en el Chile del siglo XX, que creció a un promedio de un 7% anual, provocando un vuelco en los patrones de consumo y el nivel de vida de un segmento importante de la población.



**APU
MAN
QUE**

ABOVE: graphic identifier of Parque Arauco, Chile's first major shopping center, 1982.

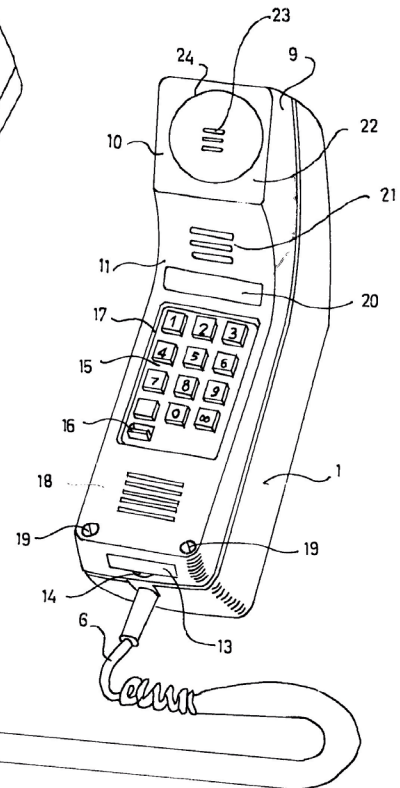
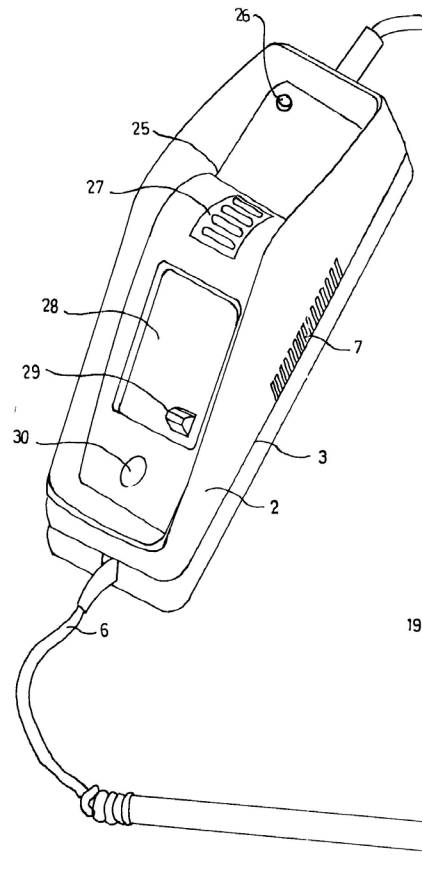
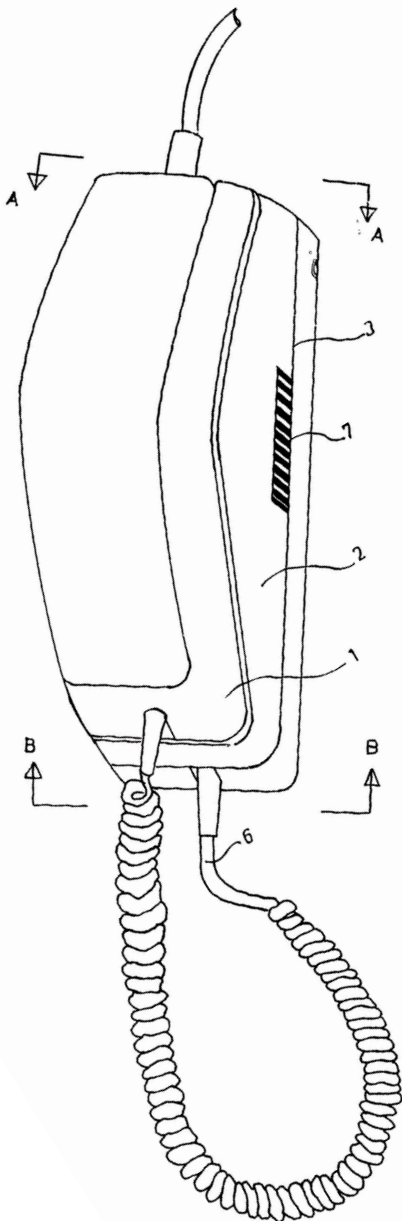
ARRIBA: identificador gráfico de Parque Arauco, el primer gran centro comercial chileno, 1982.

ABOVE, NEXT: trademark registered by Constructora Shopping Center Vip's Limitada, Santiago, 1981.

ARRIBA, SIGUIENTE: marca inscrita por la Constructora Shopping Center Vip's Limitada, Santiago, 1981.

BELOW: patent for a portable phone applied by Krone Ltda., 1985.

ABAJO: patente de teléfono portátil solicitada por Krone Ltda., 1985.



RIGHT: Titán 2000, a Chamonix brand for ice cream, belonging to Productos Lácteos Limitada de Maipú, registered in 1982, when this field began to diversify and the competition for individual ice creams directed towards children was already a significant market. DERECHA: Titán 2000, helado de la marca Chamonix, perteneciente a la industria Productos Lácteos Limitada de Maipú, registrada en 1982, cuando este rubro comenzó a diversificarse y la competencia por los helados individuales dirigidos al público infantil ya era un mercado significativo.



THE NINETIES: THE GLOBAL INTEGRATION

During this period, the presence of commercial trademarks became an increasingly widespread phenomenon in the country, as a result of a greater openness to international markets. One sign of this was the significant growth of trademark registrations beginning in 1989, with over 30,000 new trademarks every year, representing an annual increase of 70%. Approximately 50% of these were of Chilean origin and the other 50% were of foreign origin.

One of the brands with the largest commercial presence as the new decade began was Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC), whose corporate image was strongly associated with concepts such as speed and connectivity, as it distanced itself from elements with regional connotations, illustrating its desire to integrate the country into the global world, at a time when fiber optics symbolized the modernization of communications. And if the previous example was a case of a brand for consumption in the local market, Chile's international presence created imagery with regional characteristics, whose reference point was the brand for Expo Sevilla '92, which updated the symbol of the star and also referenced the Andes mountain range. It was precisely this event that marked the main milestone for the country's global integration, as it made it possible to promote a new image for Chile at the international level, while allowing it to establish very important strategic relationships; in the words of Fernando Léniz, who headed the Chile-Sevilla '92 Commission:

"...we had a very clear idea of the image we wanted to project: a country which basically lacked conflicts, that was also honest, hard-working, efficient, with many natural resources, and with a very unique and distant geographical location ... which had a stable economy; with a democratic regime that had confirmed and perfected an economic process, opening it and projecting it in diverse ways... we had to deliver an image not only of our productive capacity, but also of our culture, our race and our people."¹⁶

In the framework of these new international relations, the various trade agreements subscribed to by the country beginning in the 1990s represented, internationally, an openness

AÑOS NOVENTA: LA INTEGRACIÓN AL MUNDO

Durante este período la presencia de marcas comerciales se tradujo en un fenómeno creciente en el país, como consecuencia de una mayor apertura a los mercados internacionales. Testimonio de ello fue el significativo crecimiento del registro de marcas a partir de 1989, con más de 30 mil marcas nuevas cada año, lo que representó un aumento anual del 70%. Respecto al origen de éstas, aproximadamente un 50% eran chilenas y el otro 50% de procedencia extranjera.

Una de las marcas con mayor difusión comercial en el cambio de década fue la Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC), cuya imagen corporativa estuvo fuertemente asociada a conceptos como rapidez y conectividad, al tiempo que se distanció de elementos de connotación regional, evidenciando así la voluntad de integrar el país al mundo global, en tiempos donde la fibra óptica simbolizó la modernización de las comunicaciones. Y si el ejemplo anterior representó el caso de una marca destinada a su circulación en el medio local, la proyección internacional de Chile pudo dar lugar a un imaginario de carácter regional, cuyo referente fue la marca para la Exposevilla '92, que reactualizó el símbolo de la estrella, citando además a la Cordillera de los Andes. Justamente, este evento marcó el hito principal de la integración del país al mundo, en cuanto posibilitaba difundir a nivel internacional una nueva imagen de Chile, al tiempo que permitía establecer lazos estratégicos de gran importancia; esto, en palabras de Fernando Léniz, quien presidiera la Comisión Chile-Sevilla '92:

"...teníamos muy clara la imagen que queríamos proyectar: un país básicamente sin conflictos, honesto, trabajador, eficiente, con muchos recursos naturales, con una ubicación geográfica muy especial y lejana... que contaba con una economía estabilizada; con un régimen democrático que había confirmado y perfeccionado un proceso económico, abriéndolo a diversas proyecciones... teníamos que entregar una imagen no sólo de nuestra capacidad productiva, sino que también de nuestra cultura, nuestra raza y nuestra gente".¹⁶

En el marco de las nuevas relaciones internacionales, los diversos tratados de intercambio



CHILE

PREFIERA LO NUESTRO



es trabajo de chilenos!

ABOVE: ProChile, graphic image representing Chile at Expo Sevilla 92.
ARRIBA: ProChile, imagen gráfica para representar a Chile en la Expo Sevilla 92.

NEXT: trademark designed in the 1980s to promote products of national origin.

NEXT: marca diseñada en la década de los ochenta para la promoción de productos de origen nacional.

16. *El pabellón de Chile. Huracanes y maravillas en una exposición universal.* Santiago, La Máquina del Arte, 1992, p. 29.



confort. M.R.



DIVISION PRODUCTOS TISSUE
Eyzaguirre 01098 - Puente Alto
FABRICACION CHILENA

NOVA M.R.

No botar al W.C.

NO

No botar al W.C.

125 Hojas de alta absorbencia.

Toalla de Papel Gofrada

M.R.

125 Hojas de alta absorbencia.

Toalla de Papel Gofrada

M.R.

to broad new markets for Chilean entrepreneurs, while locally the public was able to access an unprecedented supply of products. However, this open window to the globalized world would also make other paths more difficult; this was the case of the local industry of manufactured goods that had managed to survive the crisis of 1982 and that, during the 1980s, had been able to respond well to internal demand. Beginning in the next decade, this productive sector was forced to reinvent itself, in different directions and with different results.

In the field of clothing, while the well-remembered Cheldiz brand of jeans went out of business towards the end of the 1990s, manufacturers of sports products that previously held foreign licenses, such as Donors,¹⁷ were successful with products of their own brand, such as the popular Alanis shoes, designed for the female and youth markets. Other national companies found favorable winds for exporting, and took advantage of the opportunities in this new scenario of globalization; this was the case of Dolphito shoes or Soviet

comercial suscritos por el país a partir de los años noventa, representaron a nivel macro la apertura a nuevos y grandes mercados para los empresarios chilenos, mientras que a nivel local el público pudo acceder a una oferta de productos nunca antes vista. Sin embargo, la puerta abierta al mundo globalizado estrecharía otros caminos; fue el caso de la industria local de bienes manufacturados que había logrado subsistir a la crisis de 1982 y que durante los años ochenta pudo responder significativamente a la demanda interna. A partir de la siguiente década, este sector productivo tuvo que reinventarse en distintas direcciones y con resultados disímiles.

En el rubro del vestuario, mientras la recordada marca de jeans Cheldiz dejaba de circular a fines de la década de 1990, fabricantes de artículos deportivos que habían ostentado licencias extranjeras como Donors,¹⁷ cosechaban éxitos con productos de su propia marca como la popular zapatilla Alanis, destinada al público femenino y juvenil. Otras empresas nacionales encontraron viento favorable en la exportación y aprovecharon las oportunidades del

SAHNE-NUSS

TUCAPEL

ABOVE: classic chocolate brand of national origin registered in 1973 by Hucke Hnos. S.A. This product currently belongs to Nestlé.

ARRIBA: marca clásica de chocolate de origen nacional registrada en 1973 por Hucke Hnos. S.A. En la actualidad es un producto que pertenece a la empresa Nestlé.

NEXT PICTURE: Tucapel trademark, registered by a rice company of Chilean origin.

SIGUIENTE IMAGEN: marca registrada por Tucapel, empresa arrocera de origen chileno.

LEFT: trademark and label for canned mackerel San José.

IZQUIERDA: marca y etiqueta de jurel al natural de la marca San José.

LEFT PAGE:

ABOVE: Confort, trademark belonging to Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982.

ARRIBA: Confort, marca de la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982.

CENTRE: trademark belonging to Almacenes Paris Ltda. for bags, wrapping paper and printed materials in general, Santiago, 1982.

AL CENTRO: marca de Almacenes Paris Ltda. para bolsas, papel de envolver e impresos en general, Santiago, 1982.

BELOW: Nova, trademark for paper towels belonging to Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982

ABAJO: Nova, marca para toallas de papel de la Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones S.A., 1982.

SAN JOSE MR

SAN JOSE

Elaborado por:
PESQUERA SAN JOSE S.A.
Av. El Bosque Norte 0440 piso 10
Las Condes, Santiago
Planta Coronel,
Pedro Aguirre Cerda 719
Autorización
N° 1506 del 16/06/2000
Servicio de Salud Concepción,
VIII Región - Chile.

Ingredientes:
Jurel en trozos, agua y sal.
Ver fecha de elaboración
en la tapa.
Duración 4 años.
Vaciar la lata y refrigerar
el producto una vez abierto.

Atención al cliente
800 370 050

Peso Neto: 425 g

JUREL
AL NATURAL

Peso Drenado: 320 g

7 801235 131117

PRODUCTO DE CHILE

17. Former representative of the Italian brand Diadora in the country.

Anteriormente representante de la marca italiana Diadora en el país.



ABOVE: North Star and Power, two emblematic brands of sports footwear for young people of transnational company Bata.

ARRIBA: North Star y Power, dos emblemáticas marcas de calzado deportivo juvenil de la empresa transnacional Bata.

18. Initially owned by entrepreneur Carlos Cardoen.

Inicialmente propiedad del empresario Carlos Cardoen.

19. Who had worked for Bata, and also in Canada and Mexico.

Quien había trabajado en la industria Bata, y además en Canadá y México.

20. In early 1985, the average cost of the different models of Dolphin shoes was less than 1,000 Chilean pesos on the market, while Diadora “Poliuretano,” very well-known following that year’s Davis Cup, had a cost of around 5,000 Chilean pesos. Between these two price ranges were some of the “stellar” products by Bata (North Star).

A comienzos de 1985, los distintos modelos de las zapatillas Dolphin promediaban un valor que no superaba los \$ 1000 en el comercio, mientras que la Diadora “Poliuretano”, difundida masivamente a causa de la Copa Davis de ese año, tenía un costo cercano a los \$ 5000. En la medianía de estos valores, se situaban algunos de los productos “estrella” de Bata (North Star).

21. Flores, Fernando; “El espíritu emprendedor”. En: <http://innovaconsulting.com.ar> [fecha de consulta: 31-08-10].

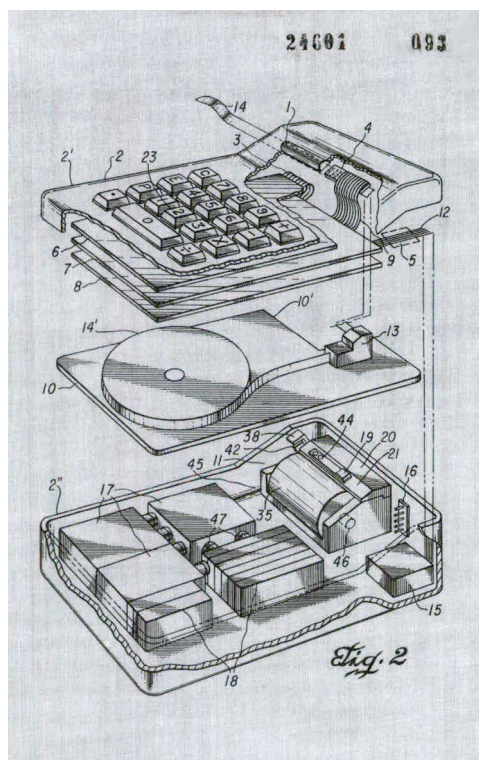
Flores, Fernando; “El espíritu emprendedor.” In: <http://innovaconsulting.com.ar> [date reviewed: August 31, 2010].

jeans,¹⁸ which at one point conquered important markets in the children’s and youth segments, respectively, in Eastern European countries that were opening their economies after the fall of the “Berlin Wall.” Dolphito was a project of entrepreneur Manuel Márquez,¹⁹ who in the mid-1980s had introduced to the national market a previous brand called Dolphin. Evoking the aesthetics of shoes such as those manufactured by Nike (which had a small presence in the country at that time) and Diadora (with a widespread presence and a local license), he was able to sell his products among children and young people of poorer sectors who had no access to the aforementioned brands or other local brands of this period—mainly products by the Bata company, such as North Star and Power. The price difference between the “expensive” shoes, which were manufactured with leather, and Dolphin products, manufactured with synthetic materials, was considerable.²⁰ However, the initial success would later cause serious difficulties for the entrepreneur, due to complaints from parents because of the odor in their children’s shoes caused by perspiration, a threat which Marquez ultimately transformed into an opportunity when he invented “aromatic” shoes.

Entrepreneur Manuel Márquez was willing to listen to the points of view of his consumers, and use them to “face the obstacles he came across in the manufacture of his products and find new ways of producing them, because he had access to contacts that were useful for experimenting with the idea of aromatic shoes. Studying the perfumeries and the relationships he had with them, he realized that he could not use perfume because it evaporates at 160°C... until one day, while chewing gum, he noticed that the flavor had an aroma, which solved his problem of how to include aromas in shoes.”²¹ In all likelihood, in countries where access to consumer goods had been restricted for many years and where the purchasing power of the population was not very high during the first half of the nineties, the success of Dolphito made sense because the product was a basic necessity that also incorporated sensory aspects—initially aromas, and later lights and sounds—which evoked luxury products for parents but were necessities for

nuevo escenario de la globalización; fue el caso de las zapatillas marca Dolphito o los jeans Soviet¹⁸, que en su momento lograron conquistar importantes mercados en el segmento infantil y juvenil, respectivamente, de los países de Europa del Este que abrían su economía tras la caída del “muro de hierro”. Dolphito era un proyecto del empresario Manuel Márquez,¹⁹ quien a mediados de los años ochenta había introducido en el mercado nacional una marca anterior llamada Dolphin. Evocando la estética de zapatillas como las fabricadas por Nike (entonces de escasa circulación en el país) y Diadora (con amplia circulación y licencia local), logró comercializar su producción entre niños y jóvenes de sectores populares que no podían acceder a dichas marcas ni a la oferta local del período, representada en gran parte por los productos de la empresa Bata, como North Star y Power. La diferencia de precio entre las zapatillas “caras”, que eran manufacturadas en cuero, respecto a la oferta de Dolphin, elaboradas en material sintético, era considerable.²⁰ Sin embargo, el éxito inicial traería luego serias dificultades al empresario, debido a los reclamos de los padres por el olor en el calzado de los niños a causa de la transpiración, amenaza que a la postre Marquez transformó en una oportunidad al inventar las zapatillas “con aroma”.

El empresario Manuel Márquez tuvo la disposición a recibir el punto de vista de sus consumidores y desde ahí “enfrentar los quiebres que iba a tener en la ejecución del producto y a encontrar formas nuevas de producir porque tenía acceso y contactos para poder experimentar con la idea de zapatillas con olores. Mirando a las perfumerías y las relaciones que ahí tenía, vio que no podía usar perfume porque se evapora a 160°C... hasta que un día en la goma de mascar observó que el saborizante tiene olor, solucionando el quiebre que tenía para dar fragancia a los zapatos.”²¹ Probablemente, en países donde el acceso a bienes de consumo había estado restringido por largos años y en los que el poder adquisitivo de la población no era muy elevado durante la primera mitad de los noventa, el éxito de Dolphito encontró razón al tratarse de un artículo de necesidad básica que además incorporaba elementos de carácter sensorial—aromas inicialmente, más tarde luces y sonidos— que evocaban a artículos suntuarios



LEFT: patent for "miniature electric calculator" filed by Texas Instruments Incorporated in 1969.

IZQUIERDA: patente de invención para "calculadora eléctrica en miniatura" presentada por Texas Instruments Incorporated en 1969.

NEXT PICTURE: trademark registration granted in 1981 for Cerámica Santiago Ltda.

SIGUIENTE IMAGEN: registro de marca efectuado en 1981 por la industria Cerámica Santiago Ltda.

children (candy, toys). In short, this innovation process added value to children's shoes by making them similar to other categories of goods, even though the initial motivation of the industrialist had been to solve a concrete issue raised by consumers.

Some emblematic brands in the manufacture of durable household goods, such as Fensa, Mademsa, Sindelen, Somela and IRT, chose different paths for their product development; on the one hand, purchasing licenses, pieces and components for assembly; on the other, executing industrial design projects developed primarily within the country. This is the case of Fensa and a series of products such as refrigerators, stoves, washing machines and heaters, which were first introduced in many Chilean homes during the 1980s.

If, during the period between the second half of the 1970s and the following decade, the commencement of imports was a more favorable than unfavorable factor for the country's industrial designs—in the words of designer Rodrigo Walker,²² whose office developed numerous designs for products such as heaters and refrigerators during this period—in the transition to the 1990s, the economic and retail openness brought new and greater restrictions on Chile's possibilities for innovation

para los padres pero necesarios para los niños (golosinas, juguetes). En síntesis, el proceso de innovación devino en agregar valor a las zapatillas para niños al emparentarlas a la categoría de otros bienes, pese a que la motivación inicial para el industrial había sido resolver un problema puntual evidenciado por los consumidores.

En la producción de bienes durables destinados al hogar, algunas marcas emblemáticas del sector como Fensa, Mademsa, Sindelen, Somela e IRT tomaron distintos caminos en el desarrollo de sus productos; por una parte, adquiriendo licencias, piezas y componentes para armar; por otra, llevando a cabo proyectos de diseño industrial desarrollados principalmente en el país. Tal es el caso de la empresa Fensa y una serie de productos como refrigeradores, cocinas, lavadoras y estufas que se introdujeron en numerosos hogares chilenos durante la década de 1980.

Si en el período que medió entre la segunda mitad de los años setenta y la siguiente década el inicio de las importaciones fue un factor más favorable que contrario al diseño industrial en el país—en palabras del diseñador Rodrigo Walker,²² cuya oficina desarrolló numerosos diseños de productos como estufas y refrigeradores durante la época—en el paso a

22. Referring to the circulation of products in periods of "inward-oriented development," in 1989 the designer indicated: "Previously, this country made two types of stoves and you had to buy those two types of stoves, there were no others. Suddenly German and Italian stoves began to appear... very functional... and with costs similar or equal to national stoves; therefore, designers became necessary for companies, as well as marketing departments." See: Korn Bruzzone, José;

"Rodrigo Walker, una postura profesional orientada hacia la acción en el diseño." In: *Dg Diseño*, No. 2, Santiago, Autumn 1989, p. 12.

Refiriéndose a la circulación de productos en tiempos del "desarrollo hacia adentro", el diseñador señalaba en 1989: "Antes en este país se hacían dos tipos de cocina y tenías que comprar esos dos tipos de cocina, no había otros. De repente empezaron a aparecer cocinas alemanas, italianas... muy funcionales... y que tenían costos similares o iguales a las nacionales; por lo tanto, los diseñadores fueron necesarios en la empresa y el área de marketing también." Véase: Korn Bruzzone, José; "Rodrigo Walker, una postura profesional orientada hacia la acción en el diseño". En: *Dg Diseño*, núm. 2, Santiago, otoño 1989, p. 12.



ABOVE: Klic foto, trademark registration of office machines' distribution company Dimacofi Limitada, for image capturing and developing services, enlargements and photographic copying in general. Santiago, 1989. ARRIBA: Klic foto, inscripción de marca de distribuidora de máquinas de oficina Dimacofi Limitada para servicio de toma y revelado de imágenes, ampliaciones y copiado de fotografía en general, Santiago, 1989.

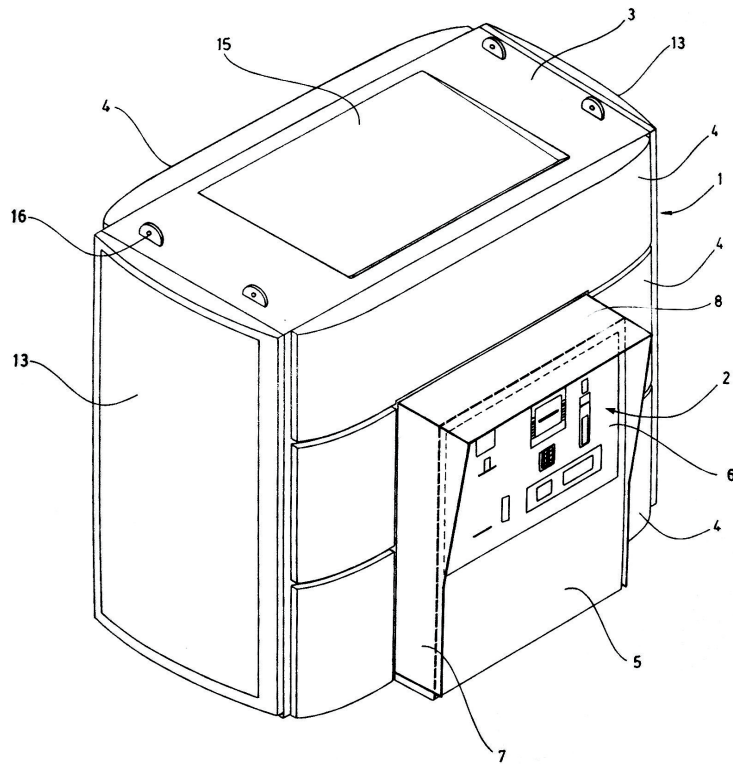
NEXT PICTURE: graphic identifier for Red de Cajeros Automáticos de Chile implemented in 1998, associated to the country's most important banking entities.

SIGUIENTE IMAGEN: identificador gráfico de la Red de Cajeros Automáticos de Chile implementado en 1998, y asociándose a las más importantes entidades bancarias del país.

ABOVE, RIGHT: application for a utility model for a "cabinet to protect money-dispensing automated bank teller," submitted by the Chilean company Excelsys S.A., 1995.

ARRIBA, DERECHA: solicitud de modelo de utilidad para un "gabinete de protección para cajero automático dispensador de dinero", efectuada por la empresa chilena Excelsys S.A., 1995.

23. Orrego, Claudio y Rodrigo Araya; "Internet en Chile: oportunidad para la participación ciudadana. In: *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*, Colección Temas de Desarrollo Sustentable, 2002, p. 12.

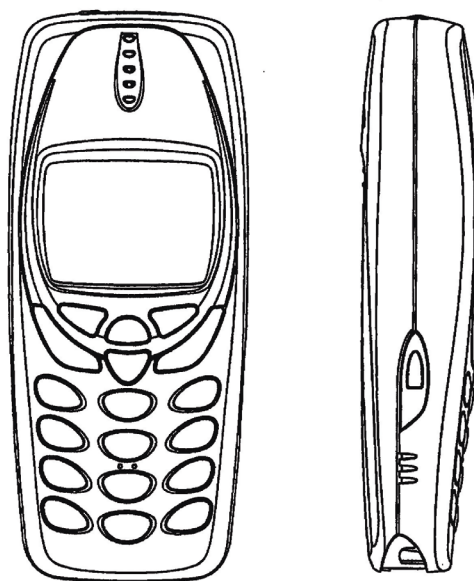
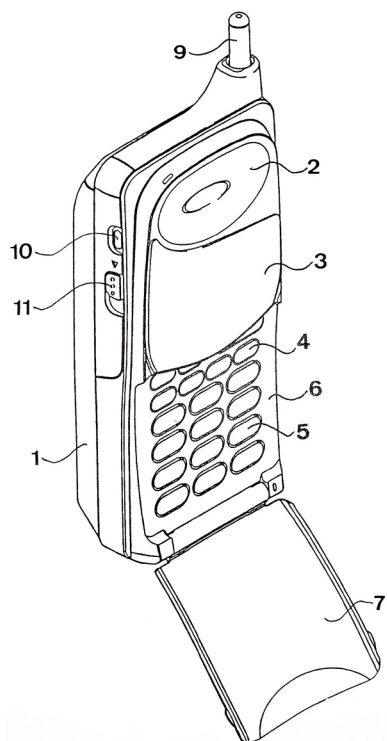


in this field. In spite of this, some industrial design projects were carried out, such as the "Foguita II" heater, designed for Mademsa by Carlos Hinrichsen and Jaime Parra, the "Tempo 3" stove produced for the same company by Nelson Herrera, and the "Lustraspiradora," developed by Walker Design for Somela.

Towards the end of the 1990s, a new factor began to have a radical impact on Industrial Property: mass access to the Internet, a medium initially restricted to universities and companies that expanded its presence to households between 1995 and the start of the following decade. With the multiplication of Internet connections, brands had to project themselves towards this new medium, while products and services found an unprecedented platform for sales. Meanwhile, the access to knowledge provided by the new information technologies greatly contributed to technology transfer. Some agents of the initial expansion of Internet within the country came from the academy (National University Network, REUNA), the private sector (Chilean Telecommunications Company, CTC), and the public sector (Internal Revenue Service, SII, and Subsecretariat of Economy and Telecommunications).²³

los años noventa la apertura económica y el retail implicaron nuevas y mayores restricciones a las posibilidades de innovación en este ámbito en Chile. Pese a ello, se llevaron a cabo algunos proyectos de diseño industrial como la estufa "Foguita II", diseñada para Mademsa por Carlos Hinrichsen y Jaime Parra, la cocina "Tempo 3" realizada para la misma empresa por Nelson Herrera, y la "Lustraspiradora" desarrollada por Walker Diseño para Somela.

Hacia fines de la década de 1990, un nuevo factor vino a incidir radicalmente sobre la Propiedad Industrial: el acceso masivo a Internet, medio inicialmente restringido a universidades y empresas, que expandió su presencia a los hogares entre 1995 y comienzos de la siguiente década. Con el auge de las conexiones a Internet, las marcas debieron enfrentar su proyección a este nuevo soporte mientras los productos y servicios encontraron una plataforma nunca antes vista para su comercialización. A su vez, el acceso al conocimiento que propiciaron las nuevas tecnologías de información significó un gran impulso a la transferencia tecnológica. Algunos agentes de la expansión inicial de Internet en el país surgieron desde el ámbito académico (Red Universitaria Nacional, REUNA), del sector privado (Compañía de Telecomunicaciones de Chile, CTC), y desde el



LEFT: application for an industrial design for a portable telephone filed by Motorola Inc. (United States) in 1994.

IZQUIERDA: solicitud de diseño industrial para teléfono portátil efectuada por Motorola Inc. (Estados Unidos) en 1994.

NEXT PICTURE: patent for a mobile phone applied by the Finnish company Nokia, 2004.

SIGUIENTE IMAGEN: patente para teléfono móvil solicitada por la empresa finlandesa Nokia, 2004.

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROPERTY (DPI)

During the 1990s, the DPI's work gained more and more prominence, supported by legislative changes that consolidated its role. In this sense, one milestone was Law No. 19,039 of 1991 on Industrial Property and its Regulations. These Regulations were part of Decree of Economy No. 177 and deposited all authority on this subject in the Department of Industrial Property, which had been transferred from the former DIRINCO to the Subsecretariat by Decree-Law No. 1/3511.

At the international level, the Paris Convention for the Protection of Industrial Property of 1883 was also incorporated into our legal framework, facilitating protection in all other member countries of the Convention, establishing the principle of national treatment (giving foreigners the same treatment as a member country gives its citizens) and so-called priority (period of time within which anyone requesting a right may request protection in another member country of the Convention, claiming its best right above requests submitted after the date of the first request).

In 1994, the Eighth Round of Multilateral Negotiations of the General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) concluded with the

sector público (Servicio de Impuestos Internos, SII, y Subsecretaría de Economía y Telecomunicaciones).²³

DEPARTAMENTO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (DPI)

Durante los años noventa, la labor del DPI adquirió cada vez mayor protagonismo amparado en las modificaciones legislativas que consolidaron su rol. Un hito en tal sentido lo representa la Ley No. 19.039 del año 1991 sobre Propiedad Industrial y su Reglamento. El Reglamento estaba contenido en el Decreto Supremo de Economía No. 177 y entregó toda la competencia en la materia al Departamento de Propiedad Industrial, que había sido traspasado de la ex DIRINCO a la Subsecretaría mediante DFL No. 1/3511.

A nivel internacional, también se incorpora a nuestro ordenamiento jurídico el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883, el que facilita la protección en los demás países miembros del Convenio, estableciendo el principio de trato nacional (dar a los extranjeros el mismo trato que un país miembro da a sus nacionales) y la llamada prioridad (tiempo dentro del cual quien solicita un derecho puede solicitar la protección en otro



ABOVE: VTR, trademark for a telecommunications and Cable TV company.

ARRIBA: VTR, identificador gráfico de empresa de telecomunicaciones y televisión por cable.

NEXT PICTURE: Easy, company founded in Argentina which began to operate in Chile in 1994, specializing in construction and remodeling equipment for houses and gardens.

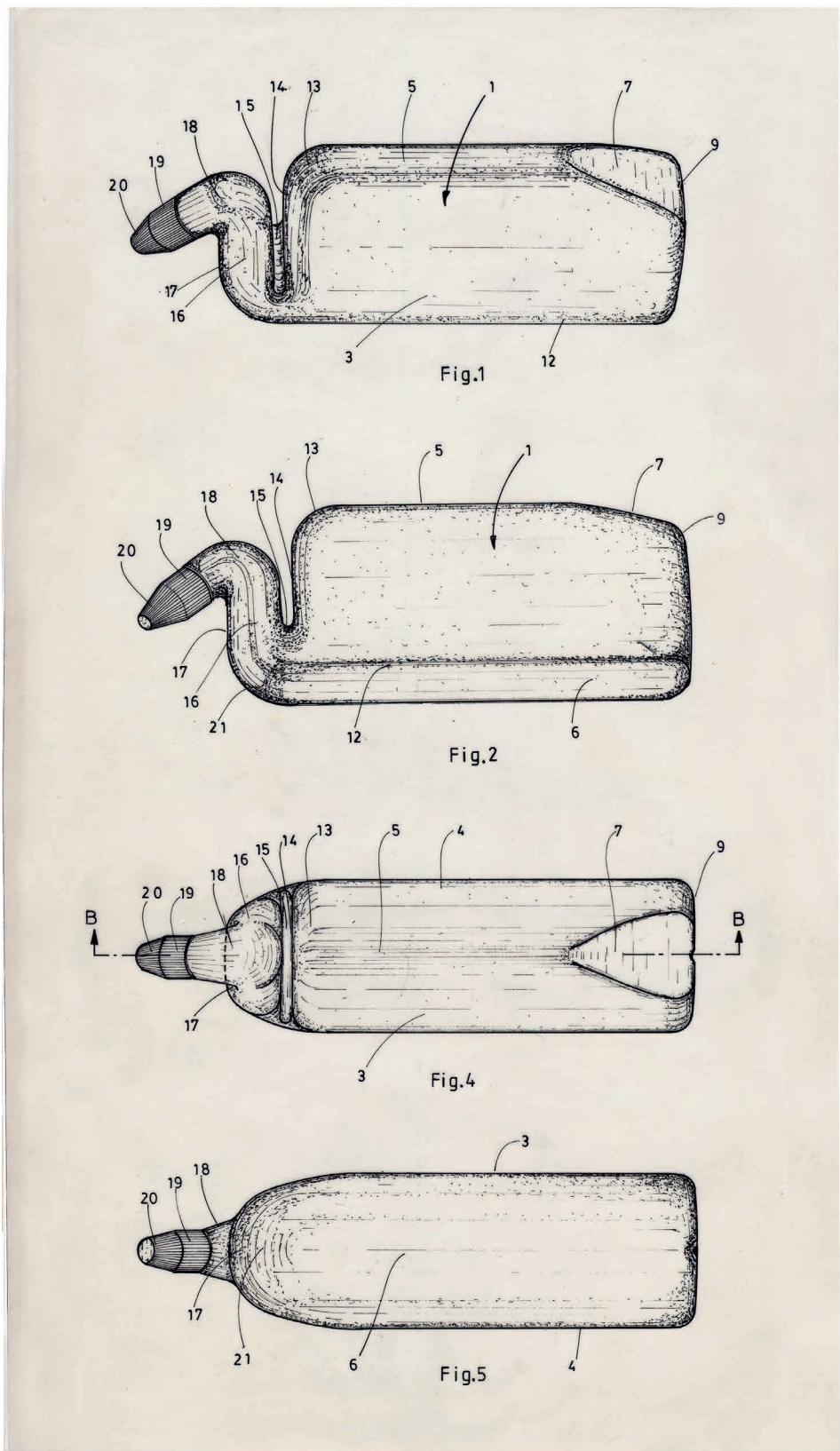
SIGUIENTE IMAGEN: Easy, empresa nacida en Argentina que comenzó a operar en Chile desde 1994, especializándose en la construcción, remodelación y equipamiento de hogares y jardines.

RIGHT: during the 1980s and 1990s, product containers began to improve significantly in response to an exponential increase in supply and demand. One example of this was the model of the container for the Pato Purific brand by Johnson. The image above shows an industrial model of "an elongated and substantially parallelogram-shaped body, adapted on one of its sides to a gooseneck-type portion."

DERECHA: durante los años ochenta y noventa el envasado de productos comenzó a mejorar ostensiblemente como respuesta a un aumento exponencial de la oferta y demanda. Ejemplo de ello fue el modelo de envase de la marca Pato Purific de Johnson. En la imagen superior, se observa un modelo industrial de "un cuerpo sustancialmente paralelepípedo alargado, adaptado en uno de sus extremos a una porción de tipo cuello de pato". La compañía suiza Düring AG lo registró en nuestro país en 1989.

RIGHT PAGE: industrial model for a "sandwich-carrying container or similar, consisting of a prismatic body, whose base is oriented vertically, such that if one cuts vertical longitudinal planes an isosceles right triangle is defined, with a horizontally-oriented hypotenuse."

PÁGINA DERECHA: modelo industrial para "envase portaemparedados o similar, constituido por un cuerpo prismático, cuya base se orienta verticalmente, de modo que si se secciona según planos verticales longitudinales define un triángulo rectángulo isósceles, estando la hipotenusa orientada horizontalmente". Concesión otorgada en 1989 a Eduardo Gómez Luhmann. Este tipo de modelos industriales se contextualizó en el explosivo aumento de las comidas preparadas y envasadas, que tuvo como referente a los minimarkets de las estaciones de servicio.



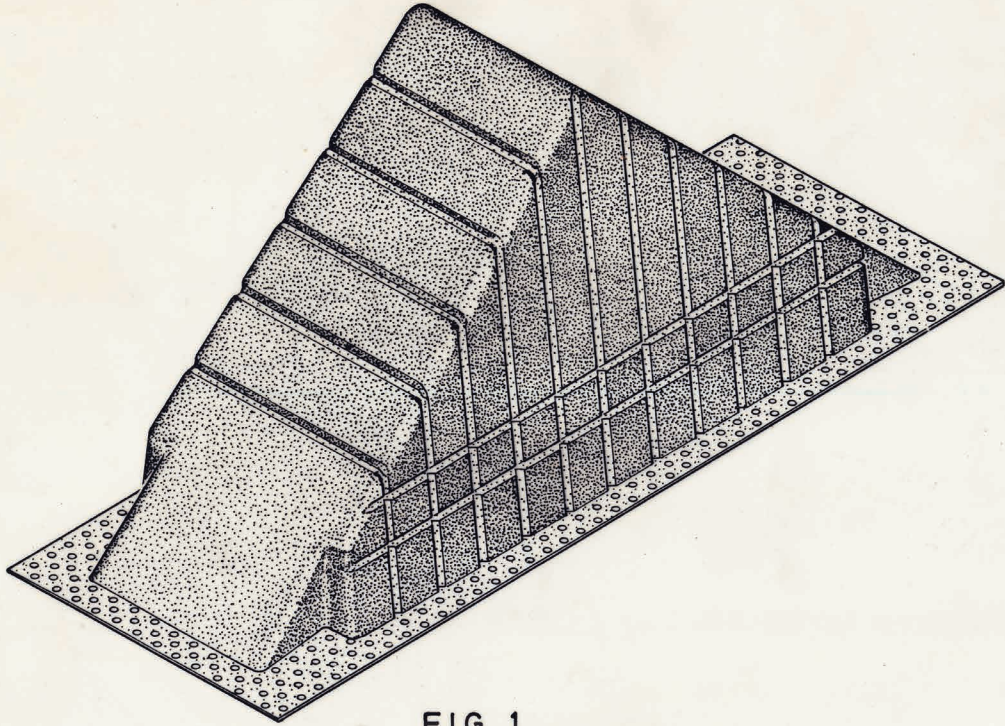


FIG. 1

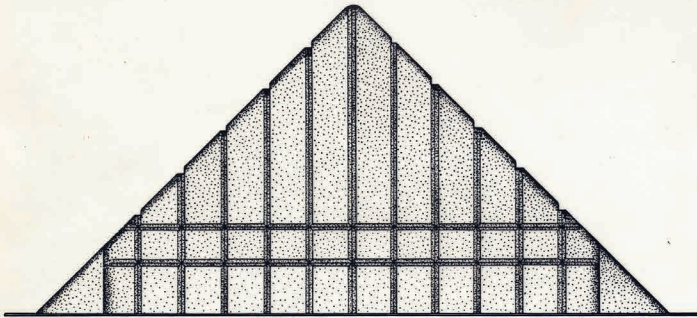


FIG. 2

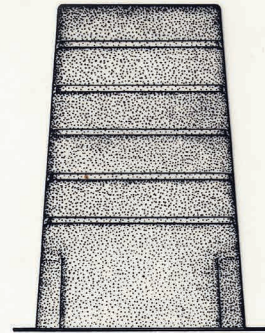


FIG. 3

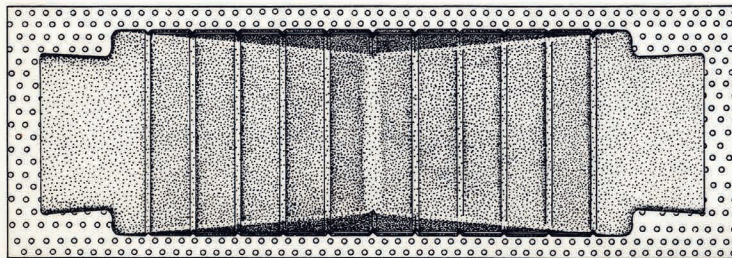
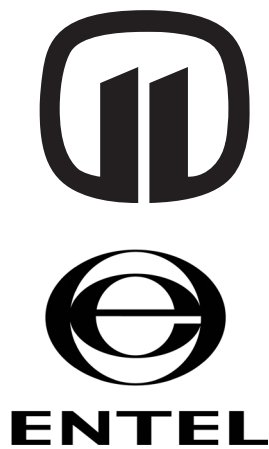


FIG. 4



ABOVE: registered trademark for Channel 11, private air television broadcasting network, Santiago, 1980.

ARRIBA: marca registrada para Canal 11, red privada de televisión abierta, Santiago, 1980.

NEXT PICTURE: registered trademark for the National Telecommunications Company, Entel.

SIGUIENTE: marca registrada para Empresa Nacional de Telecomunicaciones, Entel.

24. As a unique indicator, on July 23, 1993, the first utility model granted in Chile was registered: a device for automatic watering of plants or other vegetables, installed in open fields or in conventional pots or stands. Como un indicador singular, con fecha 23 de julio de 1993, se registró el primer modelo de utilidad concedido en Chile: un dispositivo para autoregadío de plantas u otros vegetales, que se inserta en terrenos abiertos o en macetas o jardineras convencionales.

25. The popular cylindrical, top-loading washing machines belonged to the first category, while automatic, front-loading washing machines belonged to the second, which was less popular in the country during the 1980s.

A la primera categoría pertenecían las populares lavadoras de forma cilíndrica con carga por arriba, y a la segunda las lavadoras automáticas con carga frontal y de uso menos popular en el país durante la década de 1980.

adoption of the Marrakech Agreement; which established the creation of the World Trade Organization (WTO), and its agreements included Annex IC: “On Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights,” known as TRIPS. This agreement, which Chile subscribed when it joined the WTO, is the most comprehensive intellectual property treaty ever negotiated, since, for the first time, it combines in a single agreement both issues: copyright and connected rights and industrial property rights. The Agreement on TRIPS is important in several ways. Not only the most important intellectual property conventions in existence today (the Paris Convention on Industrial Property, the Berne Convention on author’s rights, and the Rome Convention on connected rights) are all considered integral parts of the Agreement, but non-fulfillment of its provisions by any member may be governed by the WTO dispute resolution system.

The registration of trademarks, patents, industrial designs and utility models²⁴ during this period allows us to observe the new map of economic and commercial relationships that the country had entered, which included both the innovation efforts linked to the field of scientific research and technological development, and the mass circulation of manufactured goods driven by globalization. In 1993, the CONDUMEX Research Center, based in Querétaro, Mexico, registered an invention patent for a “metallographic microscope that can be used to characterize matrices for stretching conductors,” an invention that in turn was applied “in metalworks, in the automobile industry, or in scientific equipment,” which was a sign of technological innovation at the regional level. The following year, the Korean company Daewoo Electronics Co., one of the leaders in the development of very high-profile products that arrived in the country, registered another invention patent for a “washing machine with a bubble generator and a method of washing through air bubbles,” a technology that would significantly improve the quality of, and the time necessary for, washing clothes at home, and which represented an alternative to technologies that were previously widely accepted, such as washing machines with a system based on whirlpools or drums.²⁵ The latter case illustrated how

país miembro del Convenio reivindicando su mejor derecho por sobre solicitudes posteriores a la fecha de su primera solicitud).

En 1994 concluyó la Octava Ronda de Negociaciones Multilaterales del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), donde se adopta el Acuerdo de Marrakech; esto establece el surgimiento de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y entre los acuerdos se establece el Anexo IC: “Sobre los Aspectos de los derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio”, conocido como ADPIC o TRIPS por sus siglas en inglés. Este acuerdo, del que Chile es parte por el sólo hecho de ser miembro de la OMC, es el tratado más comprehensivo de propiedad intelectual que se haya negociado en la historia, pues por primera vez se incorporan en un solo acuerdo tanto materias de derechos de autor y derechos conexos como de propiedad industrial. El Acuerdo sobre los ADPIC es importante en varios sentidos. No solo los convenios más importantes de propiedad intelectual existentes hasta la fecha (el Convenio de París sobre propiedad industrial, el Convenio de Berna sobre derechos de autor y la Convención de Roma sobre derechos conexos) se consideran parte integrante del Acuerdo, sino que el incumplimiento de sus disposiciones por parte de un miembro puede ser objeto del sistema de solución de controversias de la OMC.

El registro de marcas, patentes, diseños industriales y modelos de utilidad²⁴ durante la época, permite visualizar el nuevo mapa de relaciones económicas y comerciales al que se había incorporado el país, donde convergen tanto los esfuerzos de innovación vinculados al ámbito de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, como la masiva circulación de bienes manufacturados impulsada por la globalización. En 1993, el Centro de Investigación CONDUMEX con sede en Querétaro, México, inscribía una patente de invención para un “microscopio metalográfico útil para la caracterización de matrices de estirado de conductores”, invento que a su vez permitía su aplicación “en el trabajo del metal, en la industria del automóvil o en los equipos científicos”, lo que era una muestra de innovación tecnológica a nivel regional. Al año siguiente, la empresa coreana Daewoo Electronics Co., uno de los referentes en el desarrollo de productos que

technological advances were beginning to impact daily life.

Anticipating the most recent debate on energy needs, in 1995 the U.S. company Exergy Inc., based in California, submitted an application for a “method and device for converting thermal energy into mechanical and electrical energy,” where “the invention also refers to methods and devices for improving the heat-use efficiency of a thermodynamic cycle.” In the field of forestry exploitation, another U.S. company based in Alabama, submitted an application that same year for an invention patent corresponding to a “device for harvesting trees with an impact hammer,” designed “for processing wood, and particularly a method and a device for clearing standing trees.” In the field of local inventions, in 1995 Danilo Villarroel Silva presented an “electrical oven with a programmed temperature control for the treatment of mineral ores in a vacuum,” an invention which was designed to “treat a few hundred tons of mineral ores each day.”

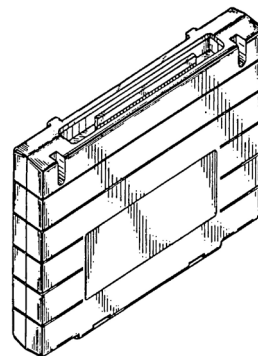
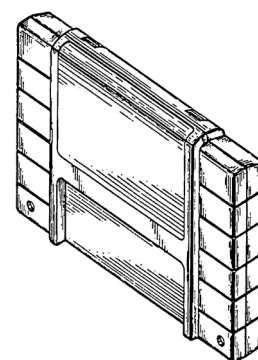
Other aspects that reflect the country’s economic life during this period may be found in the records of the DPI. This is the case of the construction boom generated by the real estate growth that characterized this decade. One example is the application submitted by Germans Boada S.A., of Barcelona, for a “machine for cutting and separating pieces, especially ceramic pieces,” designed to ensure a more precise cut and use in sheathing materials for floors and walls. This made sense for a task now oriented towards the mass manufacture of apartments and houses with certain technical specifications, and where previously the cut “had simply been done by hand, with percussive tools that first marked the area to cut, and then broke it following the previously marked line. This system had a great number of issues, some arising from the impossibility of marking a straight, continuous line, and others from the difficulty of properly executing the break on a discontinuous and irregular line.”

In another of the emblematic fields of this period –the grape growing and wine production industry– SOCMA, a French corporation based in Narbonne, submitted an application in 1999 for an invention patent for a “machine designed to detach and prepare grapes before wine production,” since “the search for quality

arribaron con gran notoriedad al país, inscribía otra patente de invención para una “máquina lavadora con generador de burbujas y método de lavado vía burbujas de aire”, tecnología que venía a mejorar significativamente aspectos de limpieza y tiempo de trabajo en el lavado doméstico de ropa, y que representaba una alternativa a tecnologías previas ampliamente aceptadas, como las lavadoras con sistema en base a remolino o tambor.²⁵ Este segundo caso, daba cuenta de la manera en que los adelantos tecnológicos comenzaban a impactar la vida diaria.

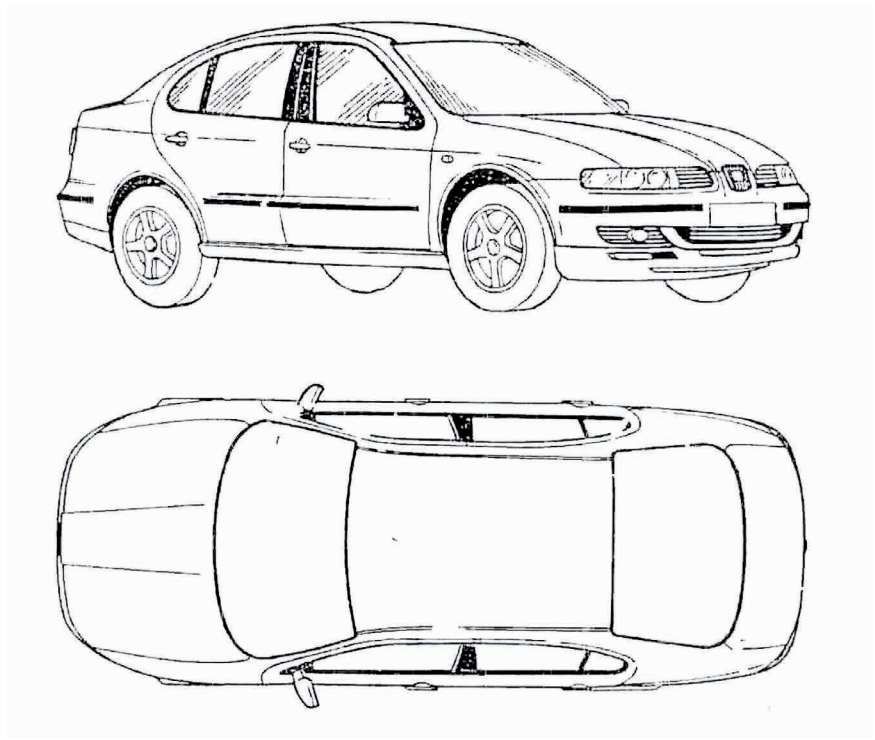
Preludiando el debate más reciente en cuanto a la necesidad energética, la empresa estadounidense Exergy Inc., con sede en California, presentaba en 1995 la solicitud para un “método y aparato para la conversión de energía térmica a energía mecánica y eléctrica”, donde “la invención se refiere adicionalmente a métodos y aparatos para mejorar la eficiencia en la utilización del calor, de un ciclo termodinámico”. En el ámbito de la explotación forestal, otra firma estadounidense, la Blount Inc., con sede en Alabama, presentó el mismo año la solicitud de patente de invención correspondiente a un “aparato para cosechar árboles con martillo de impacto”, destinado “al procesamiento de la madera, y más particularmente a un método y un aparato para talar árboles en pie”. En el ámbito de los inventores locales, Danilo Villarroel Silva presentó en 1995 un “horno eléctrico con control programado de temperatura para el tratamiento de minerales al vacío”, invento que tenía por destino “tratar algunos cientos de toneladas de mineral por día”.

Otros aspectos que reflejan la vida económica del país durante este período se pueden encontrar en los registros del DPI. Es el caso del boom de la construcción generado por el auge inmobiliario que caracterizó a la década. A modo de ejemplo, la solicitud presentada por Germans Boada S. A, de Barcelona, para una “máquina para el corte y separación de piezas, en especial piezas cerámicas”, destinada a realizar un corte y utilización más preciso en materiales de revestimiento para suelos y paredes, cobraba sentido en una labor ahora dirigida a la fabricación masiva de departamentos y viviendas con especificaciones técnicas determinadas, y donde anteriormente



ABOVE: industrial design patent application for a cartridge for video game consoles, Nintendo, 1993

ARRIBA: solicitud de patente de diseño industrial para cartucho de consolas de video juegos marca Nintendo, 1993.



ABOVE: design patent application for a motor vehicle bodywork, Seat, 1997.

ARRIBA: solicitud de patente de diseño industrial para carrocería de vehículo automóvil, marca Seat, 1997.

RIGHT: application for an industrial design for "an external bicycle cover with one front wheel and two rear wheels." Made in 2002 in representation of Japanese inventor Yoshimasa Tahara.

DERECHA: solicitud de diseño industrial para "una cubierta exterior para bicicleta de una rueda anterior y dos ruedas posteriores". Realizada el año 2002 a nombre del inventor japonés Yoshimasa Tahara.

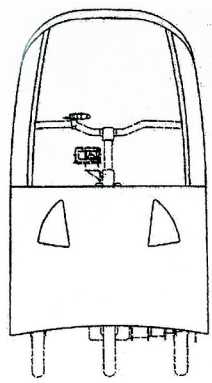


FIG. 1

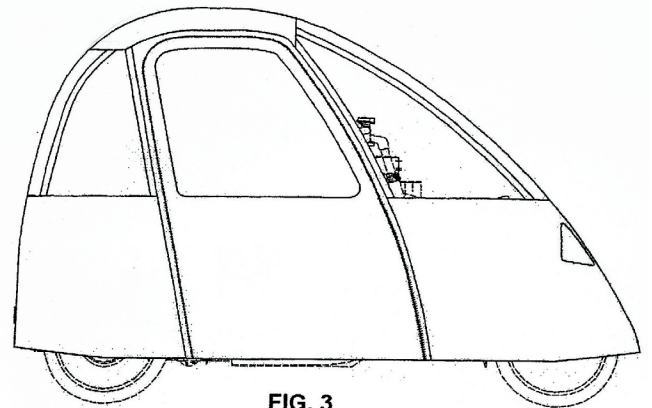


FIG. 3

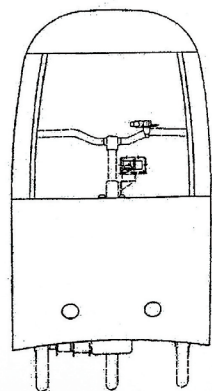


FIG. 2

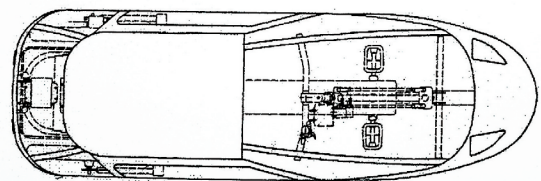


FIG. 4

in wine production requires performing clean operations ... in order to transport only the grapes themselves into the wine production barrels ...” where “the present invention aims to resolve these problems ... it improves the cleaning of the harvest and has a lower maintenance cost than current machines.”

COMMERCIAL BRANDS: THE NEW PARADIGM

A few decades ago, the public image of a company was not a very relevant issue, and its own logos were trivial. But beyond this gregarious nature of brands, the consumer good companies that imposed them continued being leaders in terms of promotion. In the limited and restricted commercial universe that they themselves had created, competition between manufacturers was intense; in order to access and dominate high-trade areas, they continually developed new products and improvements to existing ones. Aware of the positioning and identity of their brands, they sought to extend these towards other related areas, investing more and more resources on promotion and advertising. When the brand reached a certain level of mass acceptance, it could perform better at selling points—considering, of course, the prices and renewal of products carried out by the competition.

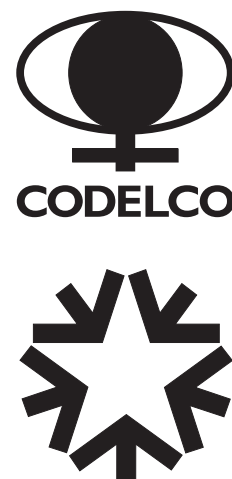
However, the 1990s ushered in a series of transformations that questioned the routine system of household brands, rigidly managed through advertising since the mid-20th century, in the case of our country. The main causes of this change were the shift from manufacturing to distribution, the rise of new information and communication technologies (ICT) with the Internet as their main paradigm, the development of new forms of promotion, and the growth of brands with a strong personality. In just a few years, brands emerged from the strictly encoded world in which they were created, to become first a commercial and later on a cultural phenomenon, with an unprecedented degree of influence. From that moment on, brand management—which had previously been tightly managed by manufacturers of domestic products—moved towards a more open and creative business environment.

el corte “se ha venido haciendo simplemente a mano con herramientas de percusión con las que primero se marcaba la zona a cortar, para luego quebrarla por la línea marcada previamente. Dicho sistema tenía grandes inconvenientes, derivados unos de la imposibilidad de marcar una línea recta y continua de quebrado y otros de la dificultad de lograr que el quebrado se realizase en forma correcta por una línea discontinua e irregular”.

En otro de los rubros emblemáticos de la época, como la industria vitivinícola, SOCMA, sociedad francesa con sede en Narbonne, presentaba en 1999 la solicitud de Patente de Invención para una “máquina destinada a desprender y preparar los granos de uva antes de la vinificación”, debido a que “la búsqueda de calidad en materia de vinificación exige efectuar operaciones de limpieza... de modo de conducir únicamente los granos de uva a las cubas de vinificación...” donde “la presente invención tiene por objeto remediar estos inconvenientes... mejora la limpieza de la cosecha y tiene un costo de mantenimiento inferior al de las máquinas actuales.”

MARCAS COMERCIALES: UN NUEVO PARADIGMA

Hace unas décadas atrás, la imagen pública de una empresa no era un aspecto de mayor relevancia y los propios logotipos eran triviales. Pero por sobre esta condición gregaria de la marca, las empresas de bienes de consumo que las impusieron seguían siendo líderes de promoción. En el acotado y estricto universo mercantil que ellas mismas habían instaurado, la competencia entre fabricantes era intensa; para acceder y dominar las zonas de alto flujo comercial, desarrollaban continuamente nuevos productos, considerando asimismo mejoras en los ya existentes. Atentos al posicionamiento y la identidad de sus marcas, buscaron extenderlas hacia otras áreas relacionadas, invirtiendo cada vez más recursos en promoción y publicidad. Cuando la aceptación de la marca alcanzaba un cierto nivel de masividad, tanto mayor era el espacio que podía ocupar en los puntos de venta, desde luego, considerando los precios y la renovación de productos practicada por la competencia.



ABOVE: trademark for the National Copper Corporation (Codelco), 1974
ARRIBA: marca para la Corporación Nacional del Cobre (Codelco), 1974.

NEXT: trademark registered for the National Tourism Agency (Sernatur) in 1980.

SIGUIENTE IMAGEN: marca registrada para el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) en 1980.

ABOVE/ARRIBA:

Mall Plaza, graphic identifier for a real estate company.

Mall Plaza, identificador gráfico de empresa inmobiliaria.

Casa & Ideas, trademark of a houseware retail company.

Casa & Ideas, marca de empresa de retail de artículos para el hogar.

CENTRE/AL CENTRO:

El Mercurio, graphic identifier of the most famous Chilean newspaper.

El Mercurio, Identificador gráfico de periódico decano en Chile.

La Tercera, graphic identifier of Copesa Holding's newspaper.

La Tercera, Identificador gráfico de periódico del holding Copesa.

BELOW/ABAJO:

Banco Estado, visual identity of financial services company.

Banco Estado, identidad visual de entidad de servicios financieros.

BCI, trademark for the Credit and Investments Bank.

BCI, marca del Banco de Crédito e Inversiones.



BancoEstado



26. In Chile, generic brands first appeared with the recycling of generic products during the economic recession and the lack of stock in supermarkets between 1973 and 1975. These articles were re-packaged, and later appeared on shelves under the label of the commercial establishment and at very convenient prices.

En Chile, las marcas propias tuvieron sus orígenes en el reciclaje de productos genéricos a raíz de la recesión y la falta de stock en los supermercados entre 1973 y 1975. Estos artículos eran reenvasados, para luego aparecer en las estanterías bajo el rótulo del establecimiento comercial y a precios muy convenientes.

Given this dominant role of “brands” as the main value in the creation and promotion of goods and services, new trends appeared in the 1990s and became more intense towards the turn of the century. These included generic or store brands²⁶ –also called “white brands” due to the simplicity of their design– which appeared as an alternative to recognized brand names, oriented mainly to very price-sensitive consumers who showed little interest in the product’s container. In 1992, the D&S holding launched the first Chilean products with generic brands produced by the manufacturer itself at lower prices, and beginning in 1997 the Ekono and Líder brands appeared, a strategy that would be replicated by other supermarket chains. Thus, generic brands positioned themselves among consumers as products of equal or similar quality to those belonging to traditional brands, with the advantage of offering a lower price.

Initially, some manufacturers opposed the packaging of their products with the brands of local distributors since they, like many other sectors, were suspicious of the arrival of this trend in Chile. However, with the growth of generic trademarks on the market, they were forced to enter the white brand business fully, and so the same bottling company would

Sin embargo, a partir de los años noventa surgieron una serie de transformaciones que cuestionaron el rutinario sistema de marcas para el hogar, rígidamente gestionadas por la publicidad desde mediados del siglo XX en el caso de nuestro país. Las principales causas de este cambio fueron el desplazamiento del poder desde la fabricación a la distribución, al auge de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) cuyo paradigma fue Internet, el desarrollo de nuevas formas de promoción y el ascenso de marcas dotadas de una fuerte personalidad. En sólo unos pocos años, las marcas saltaron desde el mundo rigurosamente codificado en el que habían nacido, para convertirse primero en un fenómeno comercial y luego cultural, con una capacidad de influencia sin precedentes. Desde ese momento, la gestión de la marca, hasta ese entonces férreamente manejada por las empresas fabricantes de productos domésticos, se desplazó hacia un entorno de negocios más abierto y creativo.

Dado este papel predominante de la “marca” como principal valor en la creación y difusión de bienes y servicios, durante la década de 1990 brotaron nuevas tendencias que se intensificaron con el cambio de siglo. Entre ellas, las marcas propias²⁶ –también denominadas “marcas blancas” por la simpleza de su

produce Kontiki Cola for Cencosud, Líder Cola for D&S and Ever Sweet Cola for Unimarc. Many companies participated in this emerging market as a way to strengthen their ties with a commercial partner and achieve a greater mass of sales. Thus, Lucchetti would produce pasta for Cencosud and D&S, Miraflores would produce rice for Jumbo, Tucapel for D&S, Calaf soda crackers for Líder and Traverso mustard and ají (chili) for Montserrat, to give just a few examples. Furthermore, with the outsourcing of manufacturing processes and the import of generic products for packaging within the country, the coffee of Líder's A Cuenta brand would be of Brazilian origin and Jumbo's tuna fish would be from Ecuador.

Because of all this, manufacturing companies found that the investment made to strengthen their brand would be taken advantage of by third parties, with price being a clear differentiating factor. For this reason, the rise of generic brands was not without problems in terms of Industrial Property rights, as it caused a dilution of leading brand names in different categories, decreasing the ability of consumers to clearly distinguish one product from another. Besides emulating the contents of the original product, design patterns were often copied from the containers and labels of

diseño— que surgieron como una alternativa a los productos de marcas conocidas, orientadas principalmente a un consumidor muy sensible a los precios y poco interesado en el envase del producto. En 1992, el holding D&S lanzó por primera vez al mercado chileno productos de marcas genéricas de los mismos fabricantes a precios más bajos, y a partir de 1997 surgieron las marcas Ekono y Líder, estrategia que será replicada por otras cadenas de supermercados. De esta manera, las marcas propias se posicionaron ante los consumidores como productos de igual o similar calidad que los pertenecientes a las marcas tradicionales, con la ventaja de ofrecer un menor precio.

Inicialmente, algunos fabricantes se opusieron al envasado de sus productos con las marcas de los distribuidores locales, pues, como muchos otros sectores, veían con recelo la llegada a Chile de esta tendencia. Sin embargo, con el aumento de las marcas propias en el mercado debieron entrar de lleno al negocio de las marcas blancas, de tal forma que una misma embotelladora fabricaría Kontiki Cola para Cencosud, Líder Cola para D&S y Ever Sweet Cola para Unimarc. Son muchas las compañías que participarían de este naciente mercado como una forma de potenciar los vínculos con un socio comercial y lograr una mayor masa

ABOVE/ARRIBA:

Lider, group of product distribution companies.

Líder, grupo de empresas distribuidoras de productos.

Montserrat, graphic identifier for supermarket chain.

Montserrat, identificador gráfico de cadena de supermercados.

CENTRE/AL CENTRO:

Ekono supermarket chain which later adopted the name and brand Líder.

Ekono, cadena de supermercados que más adelante adoptó la denominación y marca Líder.

Kontiki, store brand for packaged food of the hypermarket chain Jumbo.

Kontiki, marca propia de alimentos envasados de la cadena de Hipermercados Jumbo.

BELOW/ABAJO:

D & S graphic identifier of the first Holding Company that developed a strategy of store brands in Chile.

D&S, identificador gráfico del primer holding que desarrolló una estrategia de marcas propias en Chile.

Haus, store brand for household goods, Líder supermarket chain.

Haus, marca propia de artículos para el hogar perteneciente a la cadena de supermercados Líder.

RIGHT PAGE/PÁGINA DERECHA:

LEFT COLUMN/COLUMNA IZQUIERDA:

Habitat, trademark of a private pension fund.
 Habitat, marca de administradora de fondos de pensiones.
 Avansalud, graphic identifier of a private clinic.
 Avansalud, identificador gráfico de clínica privada.
 Plan Vital, trademark of a private pension fund.
 Plan Vital, marca registrada para administradora de fondos de pensiones.

RIGHT COLUMN/COLUMNA DERECHA:

Clinica Alemana, trademark for a health services company.
 Clinica Alemana, marca registrada para empresa de servicios de salud.
 Cuprum, trademark of a private pension fund.
 Cuprum, marca registrada para administradora de fondos de pensiones.

traditional brands in different categories, as occurred with the cola beverage market and other cases.²⁷ These procedures, which were implemented by large distribution chains of goods for rapid consumption (packaged foods, hygiene and beauty products, drugs, etc.) caused disputes, legal actions and lawsuits that represented the trend of some companies introducing products that they manufactured, but with a name and image similar to those of other legitimate producers.

In this context, Law No. 19,996 entered into effect in 2005, modifying the Law on Industrial Property, with the publication of new regulations that had been adapted to the obligations subscribed in the Marrakech Agreement of 1994 –particularly, the TRIPS Agreement– which created the World Trade Organization (WTO), thus incorporating new protected objects: Industrial Designs, Layout Designs, Geographical Indications and Appellations of Origin, and Protection of Non-Disclosed Information; establishing a new Industrial Property Tribunal; and rewriting the Enforcement Chapter of Industrial Property Rights, designed to increase sanctions and streamline processes in cases of infringement of these rights.

With the displacement of industrial production in favor of a service economy –in a global scenario of mass privatization– the subjective, changing and volatile value of brands served as a bridge between companies and people, as an essential condition for establishing loyal consumers. For this and other reasons, the strategy of associating the identity of a brand with a public figure became a new trend in the registration of commercial trademarks in Chile, although it was a quite common advertising recourse in other countries. This alliance –which functioned by assimilating the product’s value to the guarantee provided by the celebrity that was invited to present the brand– was begun in 1982 by Mario Kreutzberger (better known as “Don Francisco”), when he agreed to become the official sponsor of AFP Provida. In the 1990s, this commercial strategy started to become more commonplace, transforming public figures from the local scene not only into “brand name faces” but also into “personal brands” themselves. In this context, fictional characters such as Condorito and Mampato,

crítica de ventas. De esta forma, la empresa Lucchetti produciría fideos para Cencosud y D&S, Miraflores el arroz para Jumbo, Tucapel para D&S, Calaf las galletas soda para Líder y Traverso la mostaza y el ají para Montserrat, por nombrar sólo algunos ejemplos. Y, más aún, con la tercerización del rol productor y la importación de productos genéricos envasados en el país, el café de la marca A Cuenta de Líder sería de origen brasileño y el atún Jumbo, ecuatoriano.

A causa de lo anterior, las empresas fabricantes pudieron comprobar que la inversión realizada para el fortalecimiento de su marca sería aprovechada por terceros, siendo el precio una variable claramente diferenciadora. Por tal razón, el auge de las marcas propias no estuvo exento de problemas de derechos de Propiedad Industrial al provocar dilución a las marcas líderes de las distintas categorías, disminuyendo la capacidad del consumidor de distinguir claramente un producto de otro. Además de emular los contenidos del producto original, en muchas ocasiones se copiaron los patrones de diseño de los envases y etiquetas de las marcas tradicionales en diferentes categorías, tal como sucedió con el mercado de las bebidas cola y otros casos.²⁷ Estos procedimientos, que fueron implementados por las grandes cadenas de distribución de bienes de consumo rápido (alimentos envasados, productos de higiene y belleza, medicamentos, etc.) motivaron fricciones, acciones legales y demandas que representaron la tendencia de algunas empresas por introducir productos de su propia elaboración, usando similar denominación e imagen a la de otros legítimos productores.

En este contexto, el año 2005 entró en vigencia la Ley N° 19.996 que modificó la Ley de Propiedad Industrial, con la publicación de un nuevo reglamento, cuya normativa se adecuó a las obligaciones contraídas en el Acuerdo de Marrakech de 1994 –particularmente, al Acuerdo ADPIC– que creó la Organización Mundial del Comercio (OMC), incorporando de esta forma nuevos objetos de protección: Dibujos Industriales, Esquemas de Trazado, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen y Protección de la Información No Divulgada; instaurando un nuevo Tribunal de Propiedad Industrial; y reformulando el Capítulo de Observancia de los Derechos de

27. One recent case is the dispute generated by the graphic similarity between two different liquors: Flor de Caña rum versus Full de Cuatro, which sparked a debate that appeared in the national media.
 Un caso reciente es la disputa generada por la similitud gráfica entre dos licores distintos: el ron Flor de Caña versus el Full de Cuatro, que motivó un debate recogido en la prensa nacional.



and public figures such as Cecilia Bolocco and Marcelo Ríos, would be registered as commercial trademarks, considering their important active value on the national market.²⁸

As a result of this unprecedented shift, “for the first time, agencies and consultants were responsible for the assessment of Chilean brands through studies, interviews and ethnographic records. Basically, the measurements were established based on certain variables such as brand differentiation, its relevance for users, consumer appreciation for the brand, and their knowledge of it, which translated into a relationship of loyalty.”²⁹ The studies by companies specialized in market research and public opinion released the first rankings of Chilean brands according to their impact and recognition, using analysis methodologies that are popular in marketing, such as “Brand Tracking” and “Top of Mind.”³⁰

Beginning in 2000, a select group of Chilean companies were chosen for the large brands section of the Marketing Hall of Fame, a space created by the American Marketing Association to distinguish the trajectory of brands based on the “systematic application of high-level marketing concepts and instruments.”³¹ Like Coca-Cola, FedEx, Marlboro, Nike, Visa or Walt Disney, some national companies would be

Propiedad Industrial, destinado a aumentar penas y agilizar procesos para los casos de infracción de dichos derechos.

Con el desplazamiento de la producción industrial hacia una economía de servicios –en un escenario global de privatización masiva– el valor subjetivo, cambiante y volátil de la marca podrá hacer de puente entre las empresas y la gente, como condición imprescindible para contar con un consumidor leal. Por esta y otras razones, la estrategia de asociar la identidad de una marca con un personaje público se transformó en una nueva tendencia en el registro de marcas comerciales en Chile, aunque se trataba de un recurso publicitario bastante común en otros países. Esta alianza –que funcionaba por la asimilación del valor del producto con la garantía que ofrecía la celebridad invitada a participar del relato de la marca– fue iniciada en 1982 por Mario Kreutzberger (Don Francisco), al aceptar ser el rostro oficial de la AFP Provida. A partir de los años noventa esta estrategia comercial se hizo más habitual, convirtiendo a figuras públicas del medio local no sólo en “rostros de marcas” sino en “marcas propiamente tales”. En este escenario, personajes ficticios, como Condorito y Mampato, y figuras públicas, como Cecilia Bolocco y Marcelo Ríos, serán registrados como marcas

28. Another case that was representative of the late 1990s was the participation of soccer player Iván Zamorano in the national campaign for the Spanish company Telefónica, which was created following the sale of Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC). Otro caso representativo de fines de la década de 1990 fue la presencia del futbolista Iván Zamorano en la campaña nacional de la empresa española Telefónica, que surgió de la venta de la Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC).

29. Álvarez Caselli, Pedro; *Chile Marca Registrada. Historia general de las marcas comerciales y el imaginario del consumo en Chile*. Santiago, Ocho Libros Editores/Universidad del Pacífico, 2008, p. 304.

30. Brand Tracking measures the development and strength of brands in various product categories. Top of Mind is a quantitative measurement method that indicates the positioning of a brand in relation to its competition. Basically, it consists of determining which is the first brand that comes to mind spontaneously for a surveyee when he/she is asked to name a brand in a particular product category.

El Brand Tracking mide el desarrollo y fuerza de las marcas en diversas categorías de productos. El Top of Mind es un método cuantitativo de medición que indica el posicionamiento de una marca en relación a la competencia. Básicamente, consiste en determinar cuál es la primera marca que se le viene a la mente a un encuestado de manera espontánea cuando se le pregunta por un nombre en particular de una determinada categoría de productos.

31. *Marketing Hall of Fame*, núm. 1, Santiago, 2003, p. 2.



ABOVE: trademark history of the Teleton Foundation, from its beginnings in 1970 until today.

ARRIBA: genealogía de la fundación Teletón, desde sus inicios en 1970 hasta la actualidad.

BELOW: label and trademark of Dorada Beer.

ABAJO: etiqueta y marca registrada para Cerveza Dorada

selected for their position as classic brands (Copec, LanChile, Falabella, El Mercurio, VTR, Cachantun, La Tercera) or current brands (Cristal, Banco Santiago, Líder, Homecenter Sodimac, Bci, Tapsin, Banco de Chile, Jumbo, Ripley), for being icons in their respective categories, both in the field of business and in everyday life. Simultaneously, the American Brands Council would acknowledge those trademarks of national origin that delivered significant benefits to consumers through a distinctive seal (“Superbrands”), using a rationale similar to that of the ISO 9000 standards designed to report on product quality.

The circulation of these new tools for measuring brand value (Brand Asset Valuator), which emphasized attributes such as dynamism, differentiation and familiarity, confirmed on the one hand, the high valuation of social brands such as Bomberos de Chile (Chilean firemen), SERNAC (consumer service), Teletón (foundation for disabled children) and Un Techo para Chile (housing services for low-income families) and, on the other hand, the low appreciation for services such as Transantiago, whose image as the manifestation of the public transport crisis made it the least appreciated brand on the market.

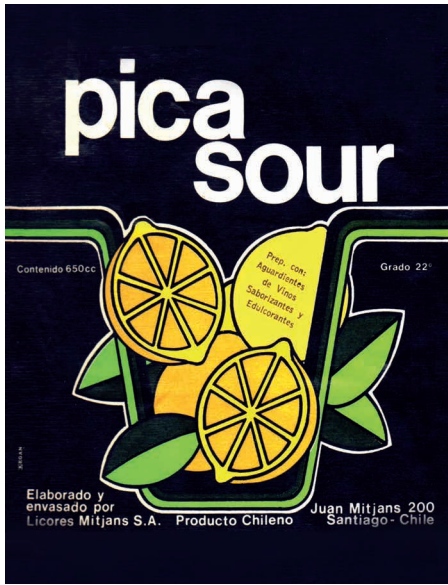


comerciales, considerando su importante valor activo en el mercado nacional.²⁸

Producto de este inédito giro, “las agencias y consultoras se encargaron por primera vez de la valuación de marcas chilenas a través de estudios, entrevistas y registros etnográficos. Básicamente, las mediciones se establecieron sobre la base de ciertas variables como la diferenciación de la marca, su relevancia para el usuario, la estima del consumidor hacia la marca y su conocimiento, traducido en una relación de lealtad”.²⁹ Los estudios de las empresas especializadas en investigación de mercados y opinión pública dieron a conocer los primeros rankings de marcas chilenas en función de su impacto y recordación, incorporando metodologías de análisis propias de la mercadotecnia como el Brand Tracking y el Top of Mind.³⁰

A partir del año 2000, un selecto grupo de empresas chilenas ingresó al panteón de las grandes marcas del Marketing Hall of Fame, una instancia creada por la American Marketing Association con el fin de distinguir la trayectoria de marcas basadas en la “aplicación sistemática de conceptos e instrumentos de marketing de nivel superior”.³¹ Al igual que Coca-Cola, FedEx, Marlboro, Nike, Visa o Walt Disney, algunas compañías nacionales serían escogidas en virtud de su condición de marca clásica (Copec, LanChile, Falabella, El Mercurio, VTR, Cachantun, La Tercera) o marca actual (Cristal, Banco Santiago, Líder, Homecenter Sodimac, Bci, Tapsin, Banco de Chile, Jumbo, Ripley), por constituir un ícono en su categoría, tanto en la dinámica de los negocios como en la vida cotidiana. Simultáneamente, la organización The American Brands Council, otorgaría reconocimiento a aquellas marcas de origen nacional que entregaran beneficios significativos al consumidor merced a un sello distintivo (Superbrands), que operó bajo una lógica similar al funcionamiento de las normas ISO 9000 destinadas a informar la calidad del producto.

La circulación de estas nuevas herramientas para la medición de valor de marca (Brand Asset Valuator), que enfatizaron atributos como el dinamismo, la diferenciación y la familiaridad, confirmó, por un lado, la alta valoración de marcas sociales como Bomberos de Chile, SERNAC, Teletón y Un Techo para Chile y, por



ABOVE, LEFT: trademark registration made by Licores Mitjans S.A., Santiago, 1982.

ARRIBA, A LA IZQUIERDA: registro de marca efectuado por Licores Mitjans S.A., Santiago, 1982.

NEXT: trademark registration for Vinos de Chile S.A. "Vinex," Santiago, 1969.

SIGUIENTE IMAGEN: registro de marca para Vinos de Chile S.A. "Vinex", Santiago, 1969.

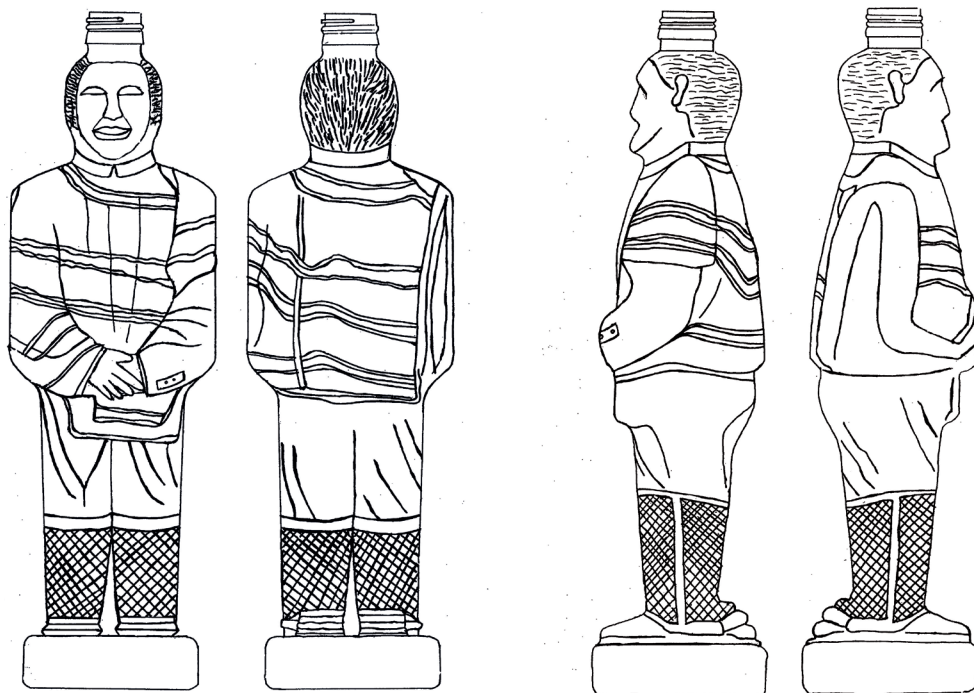
BELOW: trademark of the Cooperativa Agrícola, Frutícola y Pesquera Monte Patria Ltda., Santiago, 1981.

ABAJO: trademark of the Cooperativa Agrícola, Frutícola y Pesquera Monte Patria Ltda., Santiago, 1981.



RIGHT: bottle design for "el Huaso" wine, applied by the agricultural company "el Ciprés", Santiago, 1999.
DERECHA: diseño de botella para vino "El Huaso" solicitada por la Sociedad Agrícola El Ciprés, Santiago, 1999.

NEXT PAGE, BOTTOM: Patent application for synthetic cork, 1994.
PÁGINA SIGUIENTE, ABAJO: solicitud de patente para corcho sintético, Santiago, 1994.



32. Geographical Indications (IG) or Designations of Origin (DO) are used for the terms that identify a product as native to a territory, region or location, when a specific quality, reputation or another characteristic of the product is of a distinctive nature, associated mainly to its geographic origin. Some very classical examples are Tequila (Mexican spirit), Kimchi (Korean vegetable stew), Oporto (Portuguese wine) and Cava (Spanish sparkling wine). Las indicaciones geográficas (IG) o denominaciones de origen (DO) se utilizan para los términos que identifican un producto como originario de un territorio, región o localidad, cuando una determinada calidad, reputación u otra característica del producto tiene un carácter distintivo, asociado fundamentalmente a su origen geográfico. Algunos ejemplos muy clásicos son el Tequila (espirituosa mexicana), Kimchi (guiso de verdura coreana), Oporto (vino portugués) y Cava (vino espumoso español).

33. See Chapter I, p. 33, "Pisco Copiapó" brand, registration number 306 of 1882, granted to José María Goyenechea. Véase Capítulo I, pág. 33, marca "Pisco Copiapó", registro número 306 del año 1882 otorgada a José María Goyenechea.

GEOGRAPHICAL INDICATION (GI) AND DESIGNATION OF ORIGIN (DO)

With the implementation of the commitments derived from the World Trade Organization's TRIPS Agreement, a special registration was established for both appellations of origin and geographical indications,³² which were managed by the former Department of Industrial Property (currently the National Institute of Industrial Property). Until 2005, Chile had only protected the Pisco, Pajarete and Vino Asoleado appellations of origin, as well as some designations for wines, as defined in wine zoning decree No. 464 of the Ministry of Agriculture, of 1994. The 2005 reform permitted any citizen to apply for GI or AO recognition for any type of product, regardless of its origin and the nationality of the applicant.

Without prejudice to the above, 19th century³³ records already show several trademarks issued that included the appellation "Pisco" to distinguish the liquor produced and bottled in the regions of Atacama and Coquimbo, by distilling genuine potable wine from certain varieties of grapevines planted in these regions. Later –around 1902– "Pisco" was acknowledged and regulated by national laws and regulations as a special type of spirit, characterized by its

el otro, la baja consideración de servicios como el Transantiago, cuya representación de la crisis del transporte público instalaría a la marca como la menos estimada del mercado.

LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA (IG) Y LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO)

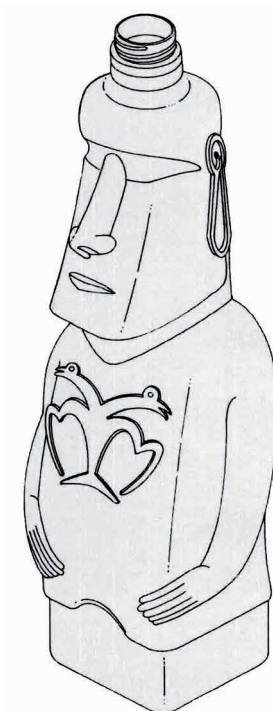
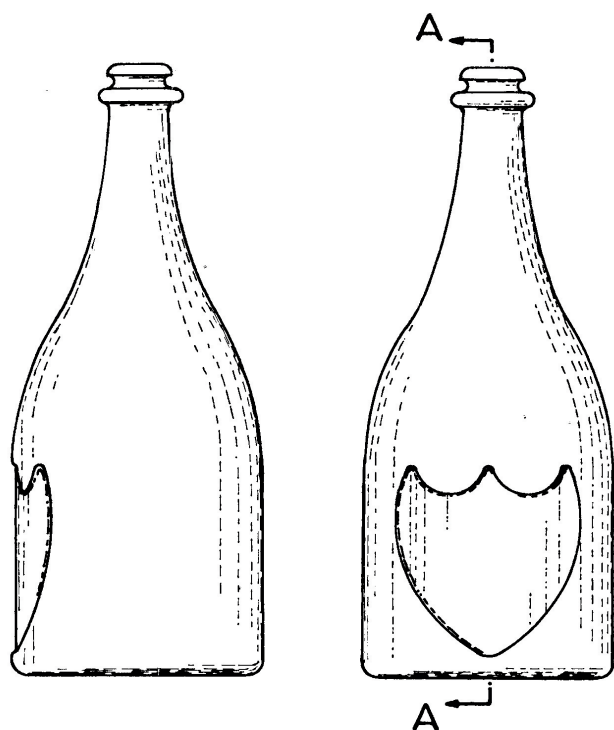
Con motivo de la implementación de los compromisos derivados del Acuerdo sobre los ADPIC de la Organización Mundial del Comercio, se decidió establecer un registro especial tanto para denominaciones de origen como indicaciones geográficas,³² quedando su administración a cargo del antiguo Departamento de Propiedad Industrial, hoy Instituto Nacional de Propiedad Industrial. Hasta antes del año 2005, en Chile solamente las denominaciones de origen de Pisco, Pajarete y Vino Asoleado, más algunas denominaciones para vinos, definidas en el decreto de zonificación vitícola N° 464 del Ministerio de Agricultura, del año 1994, habían sido protegidas. La reforma de 2005 permitió entonces que cualquier ciudadano pudiera solicitar el reconocimiento de IG o DO, para cualquier tipo de producto, sin importar su origen y la nacionalidad del solicitante.

LEFT: Liquor bottle design applied by Moët and Chandon in 1992.

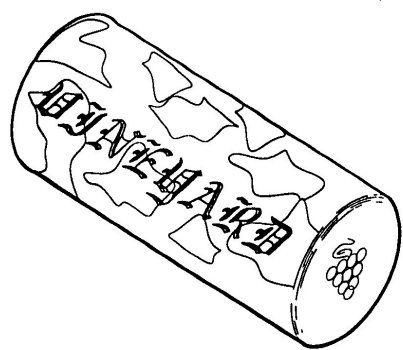
IZQUIERDA: diseño de botella para licores, solicitada por Moët y Chandon, Santiago, 1992.

NEXT PICTURE: pisco bottle design applied by Edgardo Grez, Santiago, 1996.

SIGUIENTE IMAGEN: diseño de botella para pisco solicitada por Edgardo Grez, Santiago, 1996.



raw materials, its particular manufacturing method, and its production in a specific, limited geographical region. In other words, from the start of the 20th century, the “Pisco” appellation was formally established in Chile as a geographical indication and, beginning in 1931, recognized as an appellation of origin (AO), as such. With the Free Trade Agreement (FTA) signed with Canada in 1997, Chile began a series of bilateral agreements that, among other agreements, have permitted approximately forty countries to recognize “Pisco” as a Chilean appellation.³⁴



Sin perjuicio de lo anterior, ya en los registros de marcas del siglo XIX³³ constan varias marcas otorgadas que incorporaban la denominación “Pisco” para distinguir el aguardiente producido y envasado en las regiones de Atacama y Coquimbo, elaborado mediante la destilación de vino genuino potable, proveniente de determinadas variedades de vides plantadas en estas zonas. Más adelante —a partir del año 1902— el “Pisco” fue reconocido y regulado por leyes y reglamentos nacionales como un tipo especial de bebida espirituosa, caracterizada por sus materias primas, su particular método de elaboración y por su producción en una zona geográfica específicamente delimitada. Es decir, desde principios del siglo XX la denominación “Pisco” fue recogida en Chile formalmente como una indicación geográfica y, a partir del año 1931, reconocida como una denominación de origen (DO) propiamente tal. Con el Tratado de Libre Comercio (TLC) suscrito con Canadá el año 1997, Chile inició una escalada de acuerdos bilaterales que, entre otros convenios, han permitido que aproximadamente cuarenta países reconozcan “Pisco” como una denominación chilena.³⁴

34. When it joined the Asia-Pacific Economic Cooperation Forum (APEC), the Chilean Government fulfilled the goal of intensifying the process of internationalizing the national economy, by entering into direct foreign investment agreements and international value chains. The book *Market Places in Latin America and the Caribbean* indicates that, in 1975, around 200 Chilean companies were exporting 200 products to 50 countries, whereas by 1998 around 6,000 companies had a portfolio of 3,800 products exported to 172 countries. For more information, see: Gertner, David, Donald Haider, Philip Kotler and Irvin Rein; *Market Places in Latin America and the Caribbean*, Barcelona, Paidós, 2005. Con el ingreso al Foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico (APEC), el Gobierno chileno pudo cumplir el objetivo de intensificar el proceso de internacionalización de la economía nacional, al incorporarse a los pactos de inversiones extranjeras directas y a las cadenas internacionales de valor. En el libro *Market Places in Latin America and the Caribbean* se señala que en 1975, alrededor de 200 empresas chilenas exportaban 200 productos a 50 países, mientras en 1998 lo hacían 6.000 firmas con un portafolio de 3.800 artículos para 172 países. Para mayor información, véase: Gertner, David, Donald Haider, Philip Kotler e Irvin Rein; *Market Places in Latin America and the Caribbean*, Barcelona, Paidós, 2005.

RIGHT: application for a utility model for a "convertible crib/bed with three different uses," made by Forestal Valparaíso S.A. in 1992.

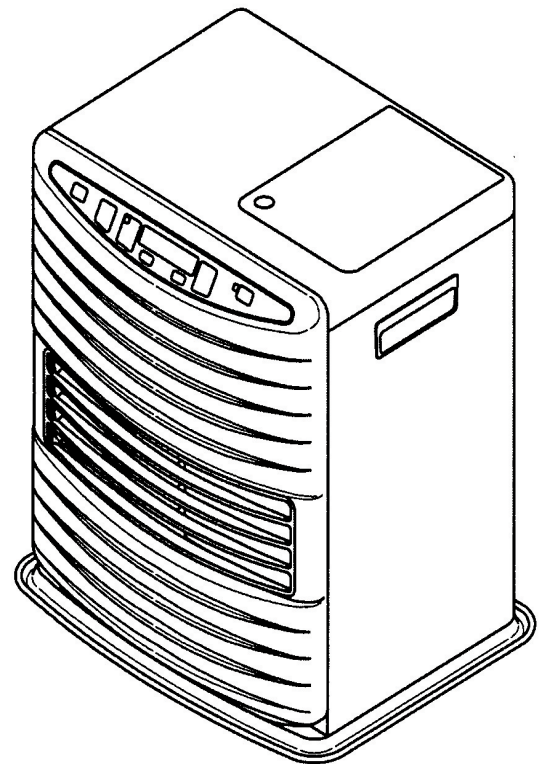
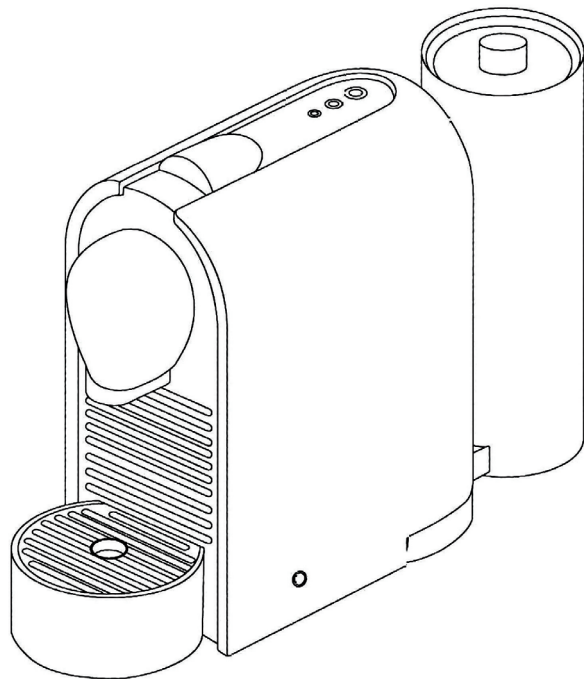
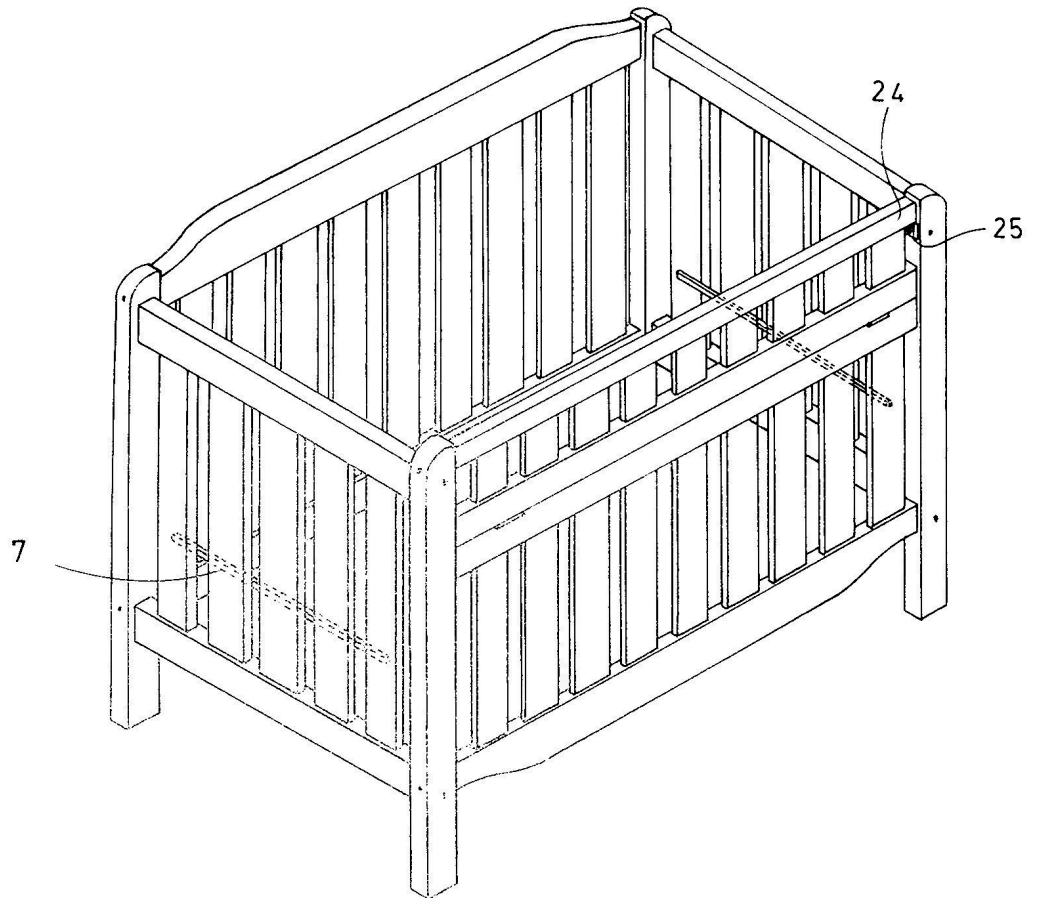
DERECHA: solicitud de modelo de utilidad para "cuna-cama convertible que permite tres usos diferentes", realizada por la empresa Forestal Valparaíso S.A. en 1992.

BELOW, LEFT: application for a design patent for a coffee machine loaded with capsules, Nestle, 2012.

ABAJO, IZQUIERDA: patente de diseño de máquina cafetera con cápsulas de carga, solicitada por Nestlé, 2012.

BELOW, RIGHT: patent for a paraffin heater, Toyotomi company, 2010.

ABAJO, DERECHA: patente para estufa a parafina de la empresa Toyotomi, 2010.



In the international sphere, in 2009 Chile adhered to the Patent Cooperation Treaty (PCT),³⁵ which established a procedure through which a patent application for protecting inventions is also considered to be submitted in the other member countries that have subscribed to the agreement. Entry into the PCT was very important, as it positioned Chile within the international standards for patent offices, while allowing it to fulfill the international agreements subscribed to by the Government, both in the case of the FTA with the United States and the European Union Association Agreement.³⁶ Accession to this international treaty was the most significant step forward in the field of invention patents since the adoption of the Paris Convention itself, and later of the TRIPS Agreement.

In the context of a global economic model where the development of knowledge and innovation have become extremely relevant, Industrial Property will become a fundamental tool for protecting the value generated, and also has great potential as an instrument for absorbing technological progress. Aware of its importance in the international market and its decisive role in the development of local industry and trade, in recent decades the Chilean Government and Congress have decided to modernize the national Intellectual Property system. This is reflected in the reforms to industrial and intellectual property laws and in the substantial improvement to the institutions responsible for registering, disseminating and protecting these rights that have been approved in recent years.

As a result of these changes, the National Institute of Industrial Property (INAPI) –legal successor to the Department of Industrial Property– was created under Law No. 20,254, enacted on April 14, 2008. This technical and legal agency took charge of the administration and care of Industrial Property services, in accordance with the provisions of the laws on this subject. Another function of INAPI is to promote the protections offered by Industrial Property and disseminate its legacy of technology and information.³⁷ Since 1960, the administrative activity of the State in

En el plano internacional, el año 2009 Chile adhirió al Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT, por sus siglas en inglés),³⁵ que dispuso un procedimiento mediante el cual una solicitud de patentes para proteger las invenciones se considera también presentada en los demás países miembros del acuerdo. La incorporación al PCT revistió una gran importancia al situar a Chile dentro de los estándares internacionales de las oficinas de patentes, y a su vez permitió dar cumplimiento a los compromisos internacionales suscritos por el Gobierno tanto en el caso del TLC con Estados Unidos, como en el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea.³⁶ La adhesión a este tratado marcó el avance más importante en materia internacional en el campo de las patentes de invención desde la adopción del propio Convenio de París y luego el Acuerdo sobre los ADPIC.

En el contexto de un modelo económico global donde el desarrollo del conocimiento y la innovación han adquirido gran relevancia, la Propiedad Industrial se transformará en una herramienta fundamental de protección del valor generado, considerando además su alto potencial como instrumento para la absorción del progreso tecnológico. Conscientes de su importancia en el mercado internacional y de su rol decisivo en el desarrollo de la industria local y del comercio, el Gobierno de Chile y el Congreso decidieron modernizar en las últimas décadas el sistema nacional de Propiedad Intelectual. Ello se verá reflejado en las reformas a las leyes de propiedad industrial e intelectual y en el mejoramiento sustancial de la institucionalidad encargada del registro, difusión y protección de estos derechos aprobadas en los últimos años.

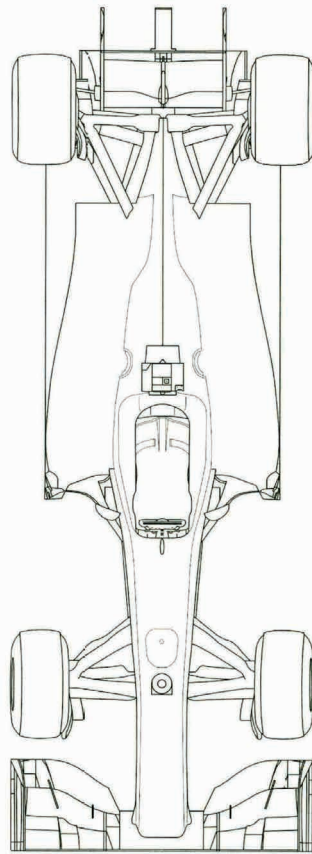
Como consecuencia de estos cambios, surge el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) –sucesor legal del Departamento de Propiedad Industrial– creado en virtud de la Ley N° 20.254 promulgada el 14 de abril de 2008. Este organismo de carácter técnico y jurídico se hizo cargo de la administración y atención de los servicios de la Propiedad Industrial, de acuerdo a lo dispuesto en las leyes sobre esta materia. También, dentro de sus

35. The PCT is an international treaty managed by the World Intellectual Property Organization (WIPO), which was subscribed at a diplomatic conference held in Washington in June 1970; it entered into effect on January 24, 1978, and began to operate on June 1 of that same year with an initial group of 18 member states. As of June 2009, it had been signed by 148 states. In Chile, the PCT entered into effect on June 2, 2009, following the presentation of the instrument of adherence three months earlier in Geneva, Switzerland. In: "Implementación del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)." See: Informe de Instalación Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Santiago, INAPI, 2009, p. 15. El PCT es un tratado internacional administrado por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), que se celebró en una conferencia diplomática realizada en Washington en junio de 1970, entró en vigor el 24 de enero de 1978, y comenzó a funcionar el 1 de junio de ese mismo año con un primer grupo de 18 estados contratantes. A junio de 2009, ha sido suscrito por 141 estados. En Chile, el PCT entró en vigor el 2 de junio de 2009, luego del depósito del instrumento de adhesión tres meses antes en Ginebra, Suiza. En: "Implementación del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)". Véase: Informe de Instalación Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Santiago, INAPI, 2009, p. 15.

36. Ibid.

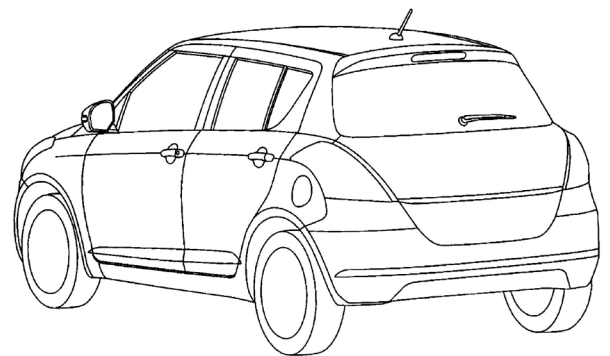
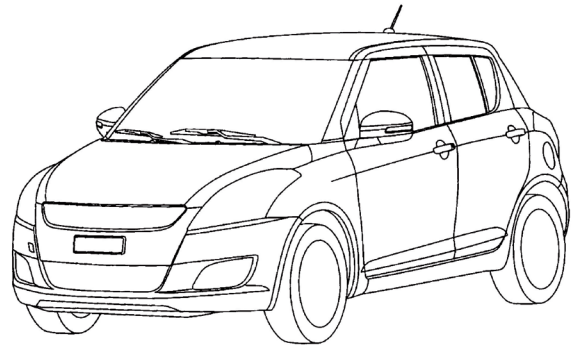
37. Article 2, Law 20.254.

Artículo 2º, Ley 20.254.



ABOVE, RIGHT: design patent for a race car model, Ferrari, 2012.

ARRIBA, A LA DERECHA: patente de modelo de automóvil de carrera Ferrari, 2012.

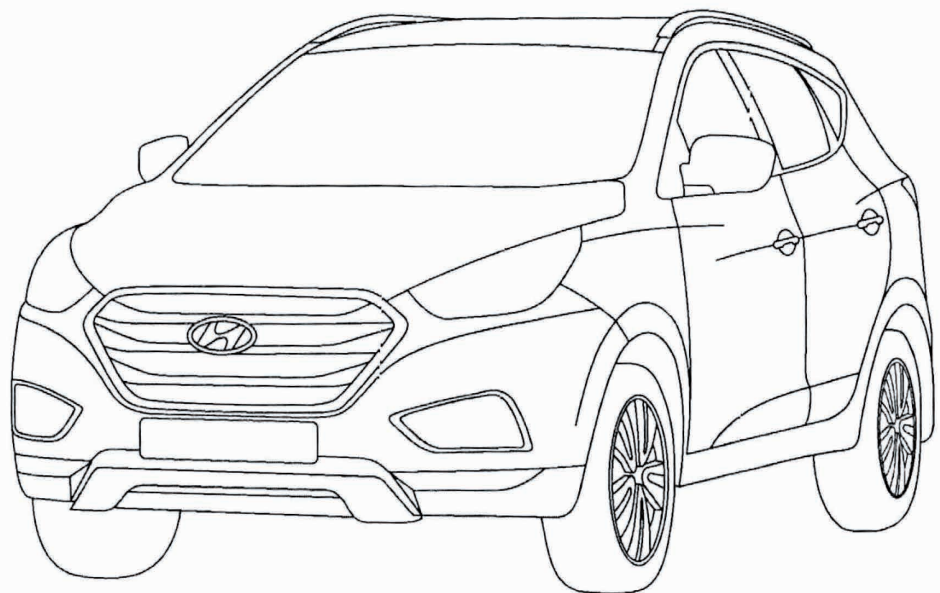


ABOVE, NEXT PICTURE: design patent for a vehicle, category City Car, of the Japanese company Suzuki, 2010.

SIGUIENTE: patente de automóvil categoría City Car de la empresa nipona Suzuki, 2010.

BOTTOM, RIGHT: design patent for a vehicle, category minivan, Korean company Hyundai, 2013

ABAJO, DERECHA: patente de automóvil registrada en Chile para la categoría Monovolumen de la marca coreana Hyundai, 2013.



the field of Industrial Property was conducted through the Department of Industrial Property (DPI), an agency whose tasks included processing applications, ruling on the granting or annulment of registrations, issuing deeds and certificates, and maintaining and storing registrations; all in regards to trademarks and patents, as well as providing technology information services.³⁸ To this effect, INAPI adopted the mission of “contributing to national development by stimulating innovation and creativity through the protection of industrial property and the management of knowledge, based on processes that ensure efficacy, efficiency, quality, legality, as well as access to and truthfulness of information.”³⁹

Following the approval of the constitutional aspects of the law that established it, the Institute began operating on January 1, 2009. In November of the same year, Decree No. 2 was published in the Official Journal, establishing its roster of employees and initiating the activities of this new agency.

RECENT SCENARIO OF TRADEMARK AND PATENT REGISTRATION IN THE COUNTRY

The registration activity carried out in recent years both by the DPI and its successor, the current INAPI, reflect not only on the importance that Industrial Property has acquired for the country’s economic activity, but also its notorious impact on daily life. In this sense, there is currently a consensus that Industrial Property has become an issue that is present in the lives of regular, everyday people: it is present in clothing brands, in patents for cellphones, in the industrial design of MP3 players, or in the designation of origin of wines. It has gone from being an issue restricted to debates in specialized forums, to being present on the agenda of international organizations that until recently had little or nothing to do with this subject. It has become a recurring topic in international discussions on issues as diverse as trade, biodiversity, climate change, agriculture, public health, education or telecommunications.

In this dynamic scenario of innovation, the work of large institutions at the national and international levels is combined with the

funciones, INAPI buscará promover la protección que brinda la Propiedad Industrial y difundir el acervo tecnológico y la información de que disponga.³⁷

Desde el año 1960, la actividad administrativa correspondiente al Estado en materia de Propiedad Industrial se desarrollaba a través del Departamento de Propiedad Industrial (DPI), organismo que tenía entre sus tareas atender la tramitación de las solicitudes, resolver los juicios relativos al otorgamiento o nulidad de registros, otorgar títulos y certificados, y mantener y custodiar los registros, todo en cuanto a marcas y patentes, ofreciendo además servicios de información de tecnología.³⁸ Al respecto, INAPI adoptó por misión “contribuir al desarrollo nacional estimulando la innovación y la creatividad mediante la protección de la propiedad industrial y la gestión del conocimiento, sobre la base de procesos que aseguren eficacia, eficiencia, calidad, legalidad, así como accesibilidad y certidumbre de la información”.³⁹

Aprobados los trámites constitucionales de la ley que dieron vida al Instituto, éste inició su funcionamiento el 1 de enero de 2009. En noviembre del mismo año, se publicó en el Diario Oficial el D.F.L. N°2 que fijó la planta de funcionarios y comienzo de actividades de este nuevo organismo.

ESCENARIO RECIENTE DEL REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES EN EL PAÍS

La actividad de registro llevada a cabo durante los últimos años tanto por el DPI como por su sucesor, el actual INAPI, refleja la importancia que la Propiedad Industrial ha adquirido no sólo para la actividad económica del país, sino que también su notoria incidencia en la vida cotidiana. En este sentido, existe hoy consenso en que la Propiedad Industrial ha pasado a ser un asunto presente en las vidas de las personas comunes y corrientes: está presente en la marca de la ropa, en las patentes incorporadas en los teléfonos celulares, en el diseño industrial de los MP3 player, o en la denominación de origen de los vinos, pasando de ser un tema circunscrito a los debates de foros especializados, a figurar en la agenda de organizaciones internacionales que hasta

38. “Instituto Nacional de Propiedad Industrial: Antecedentes.” In: *Informe de Instalación Instituto Nacional de Propiedad Industrial*, Santiago, INAPI, 2009, p. 7.

39. Definiciones estratégicas de INAPI. FormA1, Budget Law 2009. In: www.dipres.cl [date reviewed: October 5, 2010].

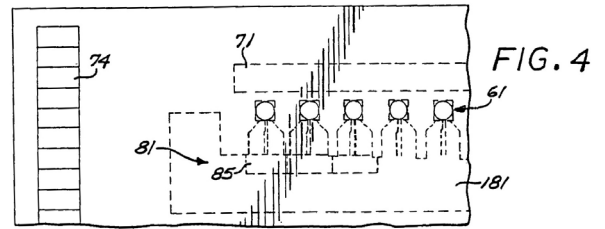
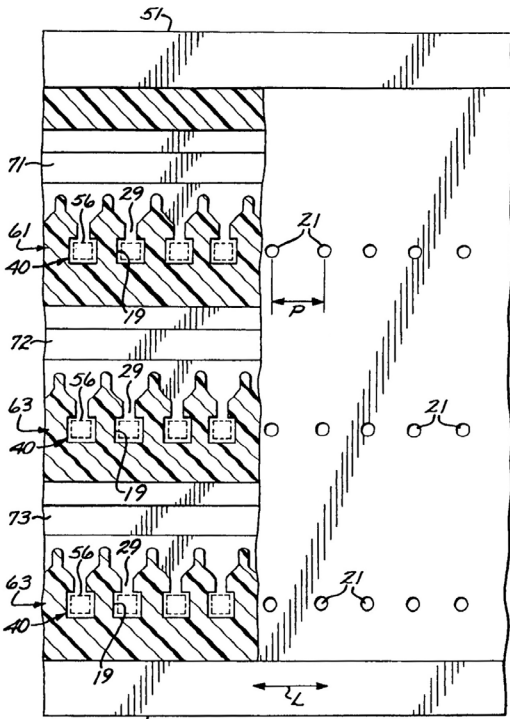
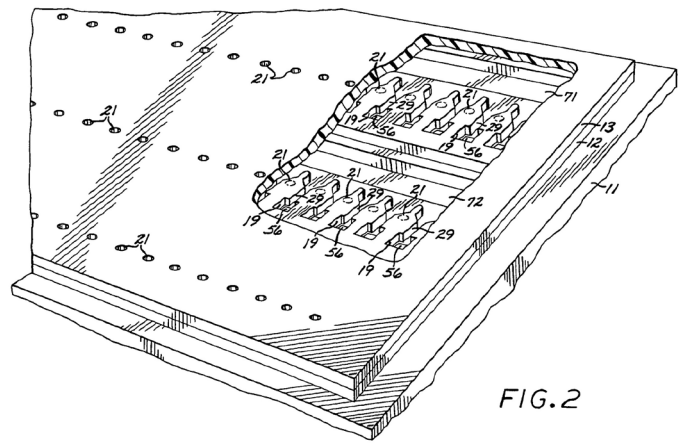
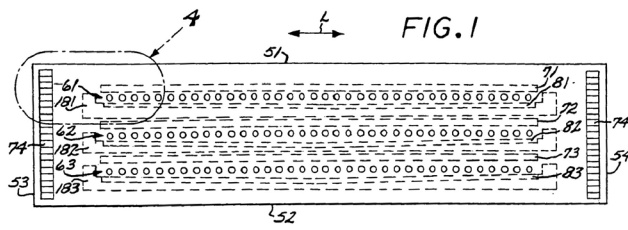


FIG. 3

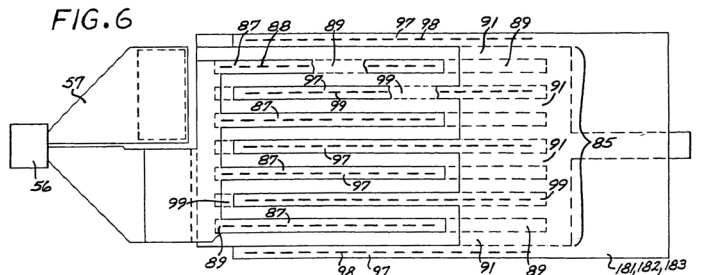


FIG. 6

IN THIS PAGE: Inkjet Printhead "with a mass-collecting bar that covers the active transistor areas," patent granted in 2001 to Hewlett-Packard Company (United States).
 EN ESTA PÁGINA: Cabezal de impresión de inyección de tinta "con una barra colector de masa que se superpone a las regiones activas de los transistores", patente otorgada el año 2001 a Hewlett-Packard Company (Estados Unidos).

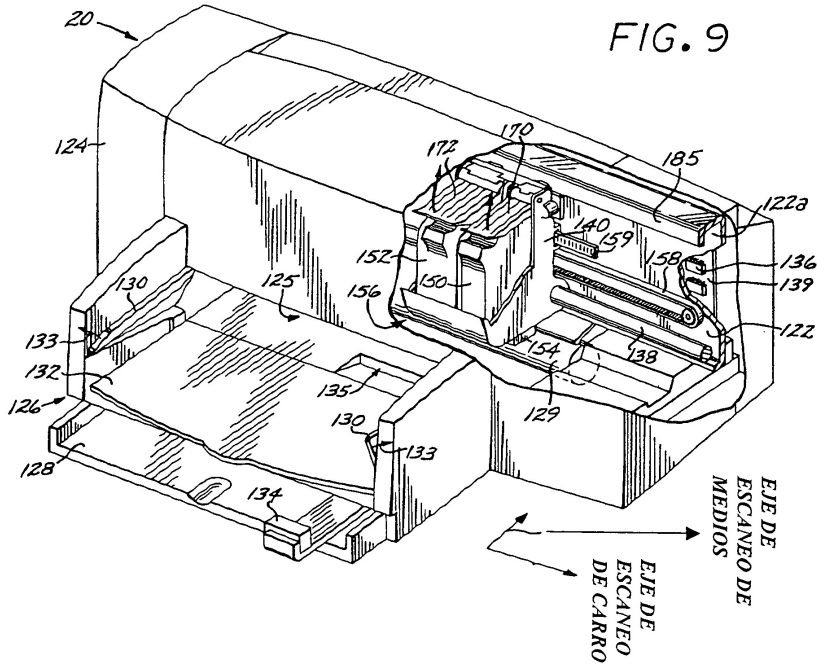


FIG. 9

sustained efforts of local inventors who develop their work independently. From 2000 to 2009, patent applications for residents represented 14.5%, while those for non-residents reached 85.5% of all applications. These figures reflect the trust in our system and the interest of foreign investors and companies in protecting their knowledge in Chile.

Chile's situation, in terms of the percentage of applications by residents, is not much different from the reality of other countries such as Brazil, whose applications for national patents were 15.8%. Another interesting case is Mexico, where only 4.1% of all applications are submitted by residents. According to the latest Intellectual Property indicators in this field, our country's level of patenting is similar to economies with high levels of income, such as Singapore and Spain.⁴⁰ During the last decade, of all patent applications in Chile in the mining sector, 41.4% were applications by residents and 58.6% were applications by non-residents. This demonstrates a significant level of local technological development in the mining production sector, reinforcing the theory that our country is capable of exporting not only copper, but also associated technologies. This is why Codelco, a State enterprise, was at the top of the list of patent applications in Chile in 2009, which is explained as a result of the implementation of a strategy in innovation and technological research aimed at improving their productive processes and the environment.

With respect to the type of applicants that used the patent system during the 2000-2009 period, data from the National Institute of Industrial Property indicates that, of all applications submitted by residents, 62.9% correspond to individuals, 30% to companies and 7.1% to Universities and Research Centers. During 2004, for example, the Chilean Security Association submitted an application for an invention patent for a "plier-type tool for extracting fish bones." The proposal made sense in the salmon industry, where manual work exposed operators to considerable health problems, such as painful dysfunctions of the upper extremities and hyperkeratosis. In this context, the organization developed "a tool whose design has produced high levels of productive performance in de-boning tasks, using ergonomic and

hace un tiempo poco o nada tenían que ver con la materia, transformándose en un tema recurrente en discusiones internacionales sobre temas tan diversos como el comercio, la biodiversidad, el cambio climático, la agricultura, la salud pública, la educación o las telecomunicaciones.

En este escenario dinámico de innovación, confluyen tanto el trabajo de grandes instituciones a nivel nacional e internacional, como el esfuerzo sostenido de los inventores locales que desarrollan su labor a partir de emprendimientos de carácter independiente. En el período comprendido entre los años 2000 y 2009, las solicitudes de patentes de residentes representaron un 14,5%, mientras que aquellas de no residentes alcanzaron un 85,5% del total de las solicitudes. Estas cifras muestran la confianza en nuestro sistema y el interés por parte de los inversionistas y empresas extranjeras de proteger sus conocimientos en Chile.

La situación de Chile en cuanto al porcentaje de solicitudes de residentes no difiere mucho de la realidad de otros países como Brasil, cuyas solicitudes de patentes nacionales ascienden a un 15,8%. Otro caso de interés es el de México, donde solo el 4,1% del total de presentaciones son efectuadas por residentes. De acuerdo a los últimos indicadores de Propiedad Intelectual, en esta materia nuestro país presenta niveles de patentamiento similares a economías con niveles altos de ingresos, como Singapur y España.⁴⁰ En esta última década, del total de presentaciones de patentes en Chile en el sector minero, un 41,4% corresponde a solicitudes de residentes y un 58,6% a presentaciones no residentes. Esto demuestra un significativo desarrollo tecnológico local en el sector productivo de la minería, reforzando la tesis de que nuestro país, además de cobre, está capacitado para exportar tecnología asociada. De ahí que Codelco, una empresa del Estado, encabezara el ranking de solicitudes de patentes en Chile el año 2009, lo que se explica como consecuencia de la puesta en marcha de una estrategia en innovación e investigación tecnológica dirigida al mejoramiento de sus procesos productivos y el entorno.

Respecto al tipo de solicitantes que utilizan el sistema de patentes durante el período 2000-2009, los datos del Instituto Nacional de Propiedad Industrial indican que del total

40. World Intellectual Property Organization; World Intellectual Property Indicators 2010. WIPO, September 2010, p. 10. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual; World Intellectual Property Indicators 2010, OMPI septiembre 2010 p. 10.

RIGHT: patent for a "palm" type antenna for mobile phones, applied by Cavieres Architects, 2011.

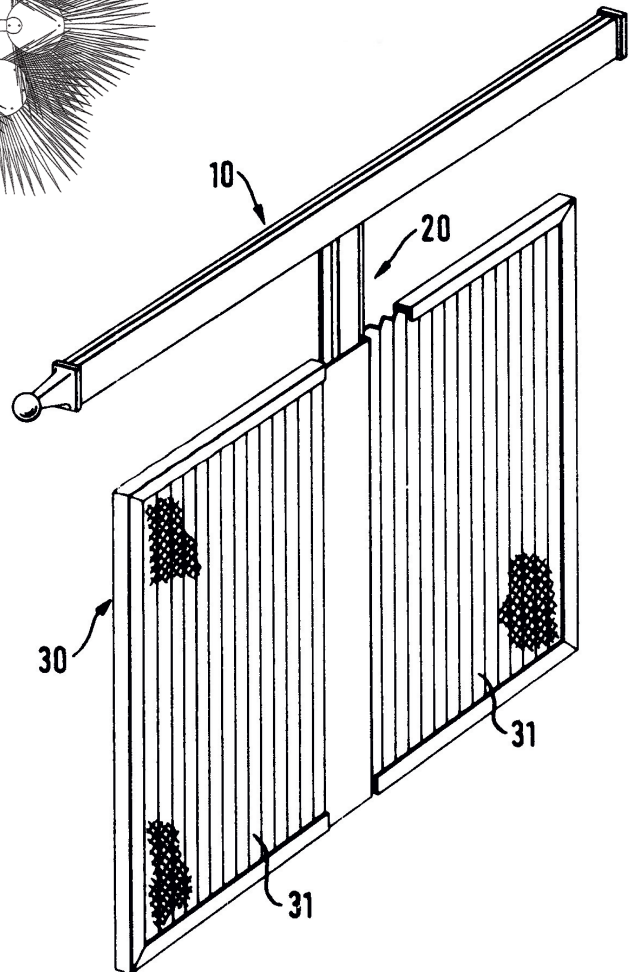
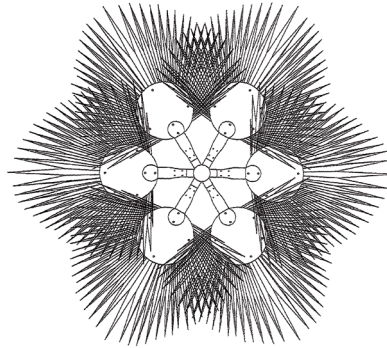
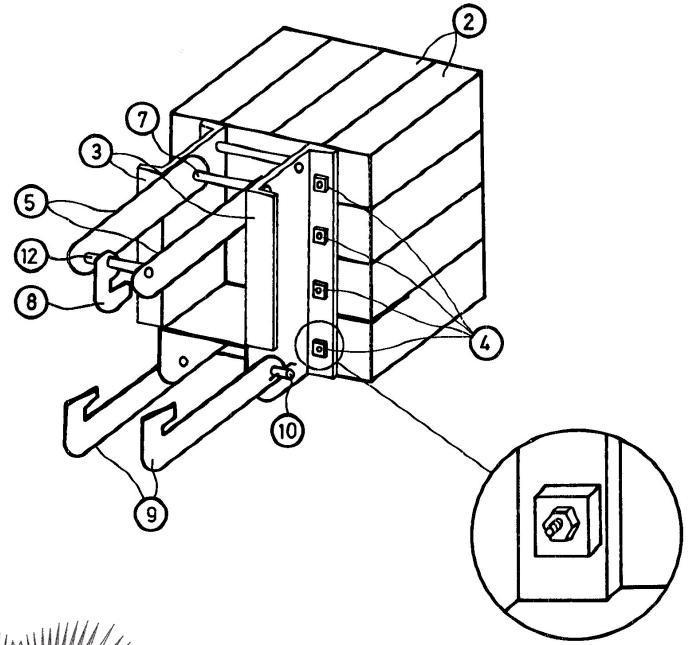
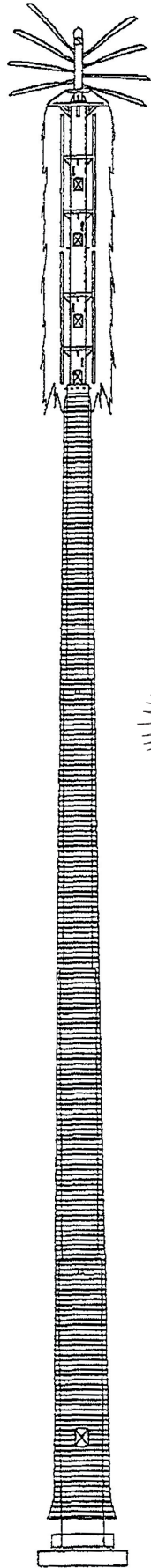
DERECHA: patente de antena para celulares tipo palmera solicitada por Cavieres Arquitectos, 2011.

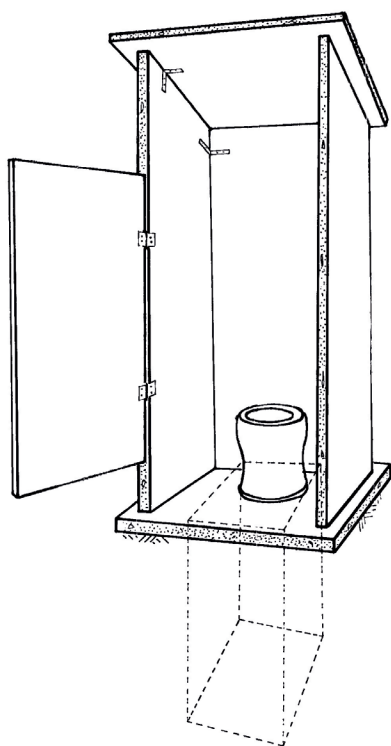
NEXT PICTURE, ABOVE: patent for a masonry refractory fastener and a method allowing reparations without detention of the process, applied by the National Mining Company (Enami) in 1986.

SIGUIENTE IMAGEN, ARRIBA: patente de dispositivo de sujeción de mampostería refractaria y procedimiento que permite su reparación sin detención del proceso solicitada por la Empresa Nacional de Minería (ENAMI) en 1986.

BELOW: patent for a coated metal valve electrode, for extraction by electrowinning of metal or metal oxides, applied by Conradty GMBT Metallektroden & Co., 1985.

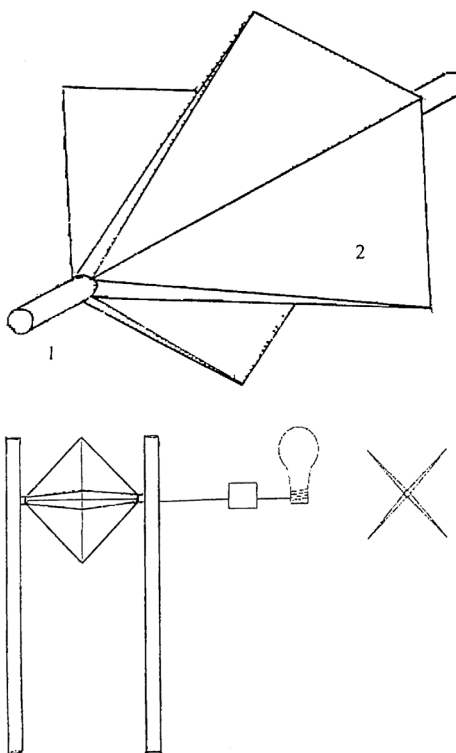
ABAJO: patente para electrodo de metal de válvulas revestido, para la extracción electrolítica de metales o de óxidos metálicos solicitada por ConradtyGMBT & Co. Metallektroden, en 1985.





LEFT: industrial design application for a concrete bathroom, Grau Company, 1985.

IZQUIERDA: diseño industrial de baño de hormigón solicitada por la Empresa Grau, 1985.



NEXT PICTURE: patent granted to Hugo David Pérez Herrera in 2005, Santiago.

SIGUIENTE IMAGEN: patente de peonza energética otorgada a Hugo David Pérez Herrera el año 2005, Santiago.

BELOW: plier-type tool for extracting fish bones, patent requested by Asociación Chilena de Seguridad and granted in 2004, Santiago.

ABAJO: herramienta tipo alicates para extraer espinas de pescado. Patente solicitada por la Asociación Chilena de Seguridad, 2004, Santiago.

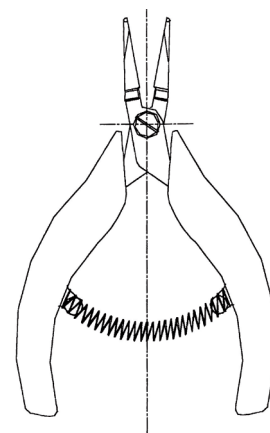
usefulness criteria to avoid skeletal-muscular disorders in the upper extremities, thanks to the configuration of its handle, the inclusion of a spring allowing the forceps to pivot, and the form of these forceps.”⁴¹

As an indication of the research being done at State academic centers, in 2004 the Universidad de Santiago also submitted an application for a “device and method for determining the degree of maturity in fruits.” The specifications on the patent application established that the invention implemented a non-destructive technique that uses acoustic waves, which could produce enormous benefits for the fruit industry:

“The degree of maturity of almost all fruits may be determined in non-invasive ways by observing various properties of the fruit, mostly physical in nature. Among these, we can point to emphasize: the color of its cortex, the firmness of its tissue, the aroma it gives off, etc. For certain fruits, it is difficult to determine their state of maturity by their texture, because the process begins as soon as the fruit reaches its adult age and evolves rapidly, making it impossible to determine beforehand what period of the maturing process it is in. This makes it difficult to deliver shipments of fruit ‘right on time.’ Having a

de solicitudes presentadas por residentes, el 62,9% corresponden a personas naturales, un 30% a empresas y un 7,1% a Universidades y Centros de Investigación. En el año 2004, por ejemplo, la Asociación Chilena de Seguridad presentó la solicitud de una Patente de Invención para una “herramienta tipo alicates para extraer espinas de pescado”. La propuesta encontraba sentido en el ámbito de la industria salmonera, donde el trabajo manual exponía a los operarios a considerables problemas de salud, como las disfunciones dolorosas de extremidad superior e hiperqueratosis. Frente a ello, se desarrolló “una herramienta cuyo diseño derivó en buenos niveles de rendimiento productivo en la tarea de despinado cumpliendo con criterios ergonómicos y de utilidad para evitar la generación de trastornos músculo esqueléticos de extremidad superior, gracias a la configuración de su mango, la disposición del resorte que permite el pivote de la pinza y de la forma de la pinza en cuestión”.⁴¹

Como reflejo de la investigación proveniente de los centros académicos estatales, la Universidad de Santiago presentó también en 2004 una solicitud para un “aparato y método para determinar el grado de madurez en frutas”. Respecto a la patente de invención solicitada, la memoria descriptiva señalaba que



41. Application Nr 616-2004, March 24, 2004.

Solicitud N°616-2004, del 24 de marzo de 2004

42. Solicitud N° 3350-04, del 31 de diciembre de 2004.

Solicitud N° 3350-04, del 31 de diciembre de 2004.

43. Any inventor with an address in the country who is developing an invention and needs to gain practical experience or build a mechanism or device that forces him/her to disclose the idea, may temporarily claim his/her rights against possible misappropriations, requesting for this purpose a precautionary patent or certificate of protection which the Department may issue for a period of one year, prior payment of the corresponding fee. In: http://www.marcasenelmundo.com.ar/marcas_en_chile1.htm [date reviewed: October 14, 2010]. Cualquier inventor domiciliado en el país que tenga una invención en estudio y que necesite practicar experiencia o hacer construir algún mecanismo o aparato que lo obligue a hacer pública su idea, podrá amparar transitoriamente sus derechos contra posibles usurpaciones pidiendo, al efecto, un certificado de protección o patente precaucional que el Departamento le otorgará por el término de un año, previo pago del derecho respectivo. En: http://www.marcasenelmundo.com.ar/marcas_en_chile1.htm [fecha de consulta: 14-10-10].

44. Application Nr 2754-05, October 19, 2005.

Solicitud N° 2754-05, del 19 de octubre de 2005.

45. Ibid.

46. No author; “Bajo en nivel de solicitud de patentes de diseño y dibujo industrial.” In: *Suplemento Innovación y Negocios del Diario Financiero*. Santiago, 19 julio 2010, p. 7 (interview with the National Director of INAPI, Maximiliano Santa Cruz). Sin autor; “Bajo nivel de solicitud de patentes de diseño y dibujo industrial.” En: *Suplemento Innovación y Negocios del Diario Financiero*. Santiago, 19 julio 2010, p. 7 (entrevista a Director Nacional de INAPI, Maximiliano Santa Cruz).

device capable of performing this task would generate tremendous savings on storage and refrigeration, allowing companies to export certain fruits much more competitively. Also, the implementation of this type of technique would permit the automatic classification of all fruits, avoiding traditional sampling methods. In short, this is about introducing into the fruit sector the concept of ‘total quality’ and zero defects, which are being widely used in modern technological processes.”⁴²

Illustrating the concern of national inventors with the demand for energy within the country and around the world, in 2005 a Precautionary Patent⁴³ was requested by Hugo Pérez Herrera for an “energy top” that consists of a wind power generator. The description stated that this invention was designed “mainly to be applied in the field of construction and architecture... (and that it sought) to serve the field of self-sustainable energy by using wind as an unlimited energy source... The solution delivered by the energy top is closely related to the design that can be proposed for it, by modifying either its volume, dimensions, material form, or placement of the structure...”⁴⁴ Nevertheless, the inventor cautiously declared that “the new design is in a very experimental stage, and therefore highlighting its technical problems or disadvantages would be too hasty of a conclusion that would restrict any further exploration.”⁴⁵

On the other hand, it is symptomatic to observe the number of patent applications for industrial design and drawings, which accounted for only 13.2%, of a total of 10,109 submissions between 2007 and 2009. This situation presents a challenge, considering that industrial design—in the words of Maximiliano Santa Cruz, National Director of INAPI—“is a tool for competitiveness and a differentiating factor that adds value.”⁴⁶ Companies such as CasaÍdeas, Virutex, Ilko, Sal Lobos, Fensa, Somela and Wasil will use design as an innovation strategy to differentiate themselves from the competition, protecting their industrial designs and drawings.

The industrial design patents granted in recent years to individuals and companies include: a “protective bar to prevent trucks from flipping over;” a “submersible platform for farming oysters;” a “predictive system for

ésta empleaba una técnica no destructiva mediante el empleo de ondas acústicas, lo que podía traer enormes beneficios a la industria frutícola:

“El grado de madurez de casi todos los frutos se puede determinar de forma no invasiva por diversas propiedades del fruto, la mayoría de naturaleza física. Entre estas se puede destacar: el color de su corteza, firmeza de su tejido, aroma que expele, etc. Para ciertos frutos resulta difícil determinar su estado de maduración por su textura porque el proceso comienza apenas el fruto alcanza su edad adulta y tiene una rápida evolución haciendo que no sea posible determinar con antelación en qué período de maduración se encuentra. Esto dificulta las posibilidades de realizar embarques de frutos ‘justo a tiempo’. Disponer de un aparato para realizar ésta tarea significaría una enorme economía en bodegaje y refrigeración permitiendo enfrentar la exportación de ciertos frutos de una forma más competitiva. Además la aplicación de una técnica de esta naturaleza permitiría la clasificación automática de todos los frutos, evitando los clásicos muestreos. En suma se trata de implantar en el campo frutícola el concepto de ‘calidad total’ y defecto cero de gran aplicación en los modernos desarrollos tecnológicos.”⁴²

Evidenciando la preocupación de los inventores nacionales por la demanda energética del país y el mundo, en 2005 una Patente Precaucional⁴³ era solicitada por Hugo Pérez Herrera para una “peonza energética”, consistente en un generador de energía eólica. La descripción señalaba que esta invención estaba destinada “principalmente a tener aplicación en el área de la construcción y arquitectura... (y que buscaba) servir al área de la autosustentabilidad energética por medio de la utilización del viento como energía inagotable... La solución que entrega la peonza energética va íntimamente relacionada con el diseño que se puede plantear de la misma, ya sea variando el volumen, dimensiones, materialidad y la ubicación de esta estructura...”⁴⁴ Sin embargo el inventor era cauteloso al plantear que “el nuevo diseño está en una etapa bastante experimental, por lo que destacar sus inconvenientes o desventajas técnicas, sería un cálculo demasiado apresurado que podría restringiría cualquier tipo de exploración.”⁴⁵

optimizing lettuce production;” and a “biodegradable pine-fiber flowerpot,” among other projects that reflect the entrepreneurship being developed among SMEs. With respect to the industrial designs and/or utility models submitted over the last five years, some noteworthy examples include a “sleeping bag that permits the natural movement of the body without restricting its mobility;” a “device for preventing bread, tortillas or similar doughs from getting cold on the table,” and a “device for receiving, hiding and extracting waste and dead fish located at the bottom of a cage mesh for fish farming.” The three models mentioned are respectively linked to areas such as mountain sport attire, food, or aquaculture, which in recent years and on different scales have been contributing to the development of innovative projects at the local level.

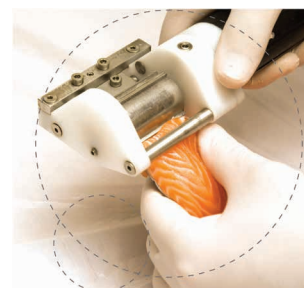
In the case of commercial trademarks, the stage is quite favorable. Although initially trademark registrations were used mainly by non-residents –towards the end of the 1980s, 50% of applications were submitted by residents– today the stage has changed substantially: the majority of applications are presented by residents, representing over 70% of all applications submitted. Also, according to WIPO’s latest indicators on Intellectual Property, Chile is a world leader in the number of trademark applications submitted per resident.⁴⁷ This proves that trademarks are considered useful tools, that our entrepreneurs use them constantly, and that the submission of applications has grown, even during a global economic crisis: it is listed among the 20 registration offices with the most applications received internationally, with an average growth of 2.9% during the 2004–2008 period.⁴⁸



Por otro lado, resulta sintomático el nivel de solicitudes de patentes de diseño y dibujo industrial, que entre los años 2007 y 2009 llegó sólo al 13,2%, de un total de 10 mil 109 presentaciones. Esta situación plantea un desafío, considerando que el diseño industrial –en palabras de Maximiliano Santa Cruz, Director Nacional de INAPI– “es una herramienta de competitividad y elemento diferenciador que agrega valor”.⁴⁶ Empresas como CasaIdeas, Virutex, Ilko, Sal Lobos, Fensa, Somela y Wasil utilizarán el diseño como una estrategia de innovación para diferenciarse de la competencia, protegiendo sus diseños y dibujos industriales.

Entre las patentes de diseño industrial concedidas en los últimos años a personas naturales y empresas, se pueden mencionar una “barra protectora antivuelco para camionetas”; una “plataforma sumergible para cultivo de ostras”; un “sistema predictivo de optimización de la producción de lechugas”, y un “macetero de fibra de pino que se degrada”, entre otros proyectos que reflejan el emprendimiento realizado a nivel de las PYMES. Respecto a los diseños industriales y/o los modelos de utilidad presentados en los últimos cinco años, destacan un “saco de dormir que permite el movimiento natural del cuerpo sin restringir su movilidad”; un “dispositivo para evitar que el pan, tortillas o masas similares se enfríen en la mesa”, y un “dispositivo para la recepción, ocultamiento y extracción de desperdicios y peces muertos ubicado en el fondo de una malla de jaula para el cultivo de peces”. Los tres modelos citados, se vinculan respectivamente a rubros como la indumentaria para deportes de montaña, la alimentación o la acuicultura, que en los últimos años y a distinta escala han dado lugar al desarrollo de innovadores proyectos a nivel local.

En el caso de las marcas comerciales nos encontramos en un escenario bastante favorable. Si bien en sus inicios el registro de marcas era utilizado mayoritariamente por no residentes –a fines de los años ochenta un 50% de las solicitudes correspondían a residentes– hoy en día el panorama ha cambiado sustancialmente: las solicitudes presentadas por residentes constituyen la mayoría y representan más de un 70% del total de las solicitudes presentadas. Además, de acuerdo a los últimos indicadores sobre Propiedad Intelectual de la



ABOVE: machine for extracting bones from fish filets using a mechanized system of electronically-controlled vibrations. Invention patent application, Pro Intech S.A., 2009. Archive: Pro Intech S.A.

ARRIBA: máquina para extraer espinas de filetes de pescado por medio de un sistema mecanizado de fuerzas vibratorias controladas electrónicamente. Solicitud de patente de invención, Pro Intech S.A., 2009. Archivo: Pro Intech S.A.

BELOW: Cleancap, disposable radiological protection device for protecting the genital and gonadic areas of patients against exposure to the radiation present in X-ray exams. Invention patent, 2009. Archive: Surikat Group S.A.

ABAJO: Cleancap, dispositivo de protección radiológica desechable para resguardar las zonas genitales y gonadales de los pacientes frente a la exposición a la radiación presente en los exámenes de Rayos X. Patente de invención, 2009.

47. In a survey adjusted according to GDP, Chile ranks first out of all countries worldwide. If the measuring is done in terms of the number of inhabitants, the figures are equally impressive: Chile is in sixth place worldwide. World Intellectual Property Organization; op. cit., pp. 93-94.

En una medición ajustada en función del PIB, Chile aparece en el primer lugar a nivel Mundial. Si la medición se realiza en función de números de habitantes, las cifras son igualmente impresionantes, ubicando a Chile en el sexto lugar a nivel mundial. Organización Mundial de Propiedad Intelectual; op. cit., pp. 93-94.

48. Ibid., pp. 80-81 and 133.

PROGRESS ON PATENT ISSUES AND THE PATENT COOPERATION TREATY

A very important event for the Chilean intellectual property system occurred on June 2nd, 2009. On that day, Chile entered the Patent Cooperation Treaty (PCT), an international agreement managed by the World Intellectual Property Organization (WIPO) since 1978. At present, this Treaty has a total of 148 member states and is considered the most significant agreement in the field of invention patent processing since the adoption of the Paris Convention in 1883.

Basically, the PCT is a system designed to assist applicants seeking international patent protection, by rationalizing the submission of applications. It avoids the need to present patent applications country by country, thus offering the possibility of establishing that a single application in one of the member states implies an application in all member states. It also facilitates access to technical information on patents, making the comprehensive information contained in applications available to the general public.

With the inclusion of this Treaty in the Chilean patent regulations, Chileans soon began to use this mechanism to internationalize their inventions. This helped to verify a broad interest by legal entities, individuals, research centers and universities in using the PCT to protect their innovations in international markets.

Regarding INAPI's new functions in the framework of the Treaty, the first phase of implementation focused on the role INAPI assumed as the receiving office for international applications under the PCT framework (Chile as a Receiving Office in the framework of the Treaty). To implement this function, INAPI received assistance from WIPO and other Offices, such as the European Patent Office (EPO), the Spanish Patent and Trademark Office (OEPM) and the United States Patent and Trademark Office (USPTO). The next stage of implementation focused on the actions INAPI assumed when it began operating as the Designated or Chosen Office under the PCT framework, given the growing demand for foreign applications that would enter via PCT in the national phase, which was first observed in December 2010.⁴⁹

OMPI, Chile lidera a nivel mundial la presentación de solicitudes de marcas por residentes.⁴⁷ Ello demuestra que las marcas son consideradas herramientas útiles, que nuestros emprendedores las utilizan constantemente y que la presentación de solicitudes ha crecido, incluso en época de crisis económica mundial, situándose dentro de las 20 oficinas de registro que más solicitudes reciben a nivel mundial, con un promedio de crecimiento en el periodo 2004 a 2008 de 2.9%.⁴⁸

AVANCES EN MATERIA DE PATENTES Y TRATADO DE COOPERACIÓN (PCT)

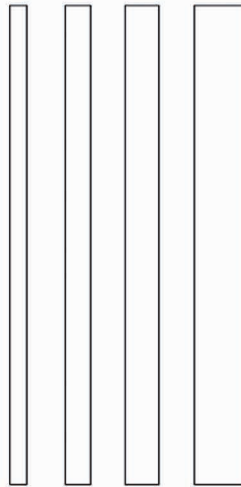
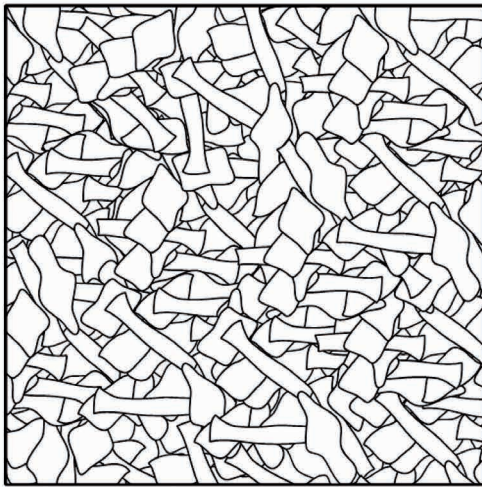
Un acontecimiento de gran importancia para el sistema de propiedad intelectual en Chile se produjo el 2 de junio de 2009. En esa fecha Chile adhirió al Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), acuerdo de alcance internacional administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) desde 1978. A la fecha, este Tratado cuenta con un total de 148 estados miembros y puede considerarse el acuerdo más significativo en el ámbito de la tramitación de las patentes de invención desde la adopción del Convenio de París en 1883.

En términos generales, el PCT es un sistema destinado a asistir a los solicitantes en busca de protección internacional por patentes, racionalizando la presentación de solicitudes. Evita tener que presentar la solicitud patente país por país, entregando la posibilidad de que una única solicitud en uno de los países miembros se considere efectuada en todos los miembros del tratado. También facilita el acceso a la información técnica de patentes, poniendo a disposición del público la extensa información contenida en las solicitudes.

Con la incorporación de este Tratado a la normativa de patentes de Chile, en el corto plazo los chilenos comenzaron a utilizar este mecanismo para internacionalizar sus inventos. Es así como se verificó un abierto interés por parte de personas tanto jurídicas como naturales, centros de investigación y universidades por utilizar el PCT para proteger sus innovaciones en los mercados internacionales.

En cuanto a las nuevas funciones de INAPI en el marco del Tratado, la primera fase

49. In this sense, and in the framework of the implementation corresponding to the transition to the "national phase" of the PCT in Chile, INAPI has decided to make available for its users, documents that explain its recent experience as a receiving office in the "international phase", which seeks to respond to the most common questions asked by applicants in terms processing their applications. Al respecto, y en el marco de la implementación correspondiente a la entrada en la "fase nacional" de PCT en Chile, INAPI ha querido poner a disposición de sus usuarios, documentos que puedan recoger su experiencia reciente como oficina receptora en la "fase internacional", los cuales buscan canalizar las dudas más recurrentes de los solicitantes en relación con la tramitación de sus solicitudes.

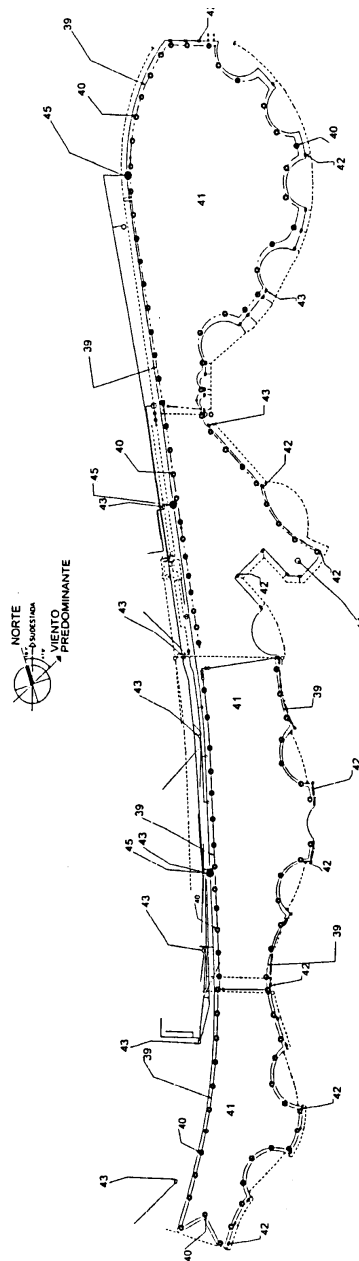
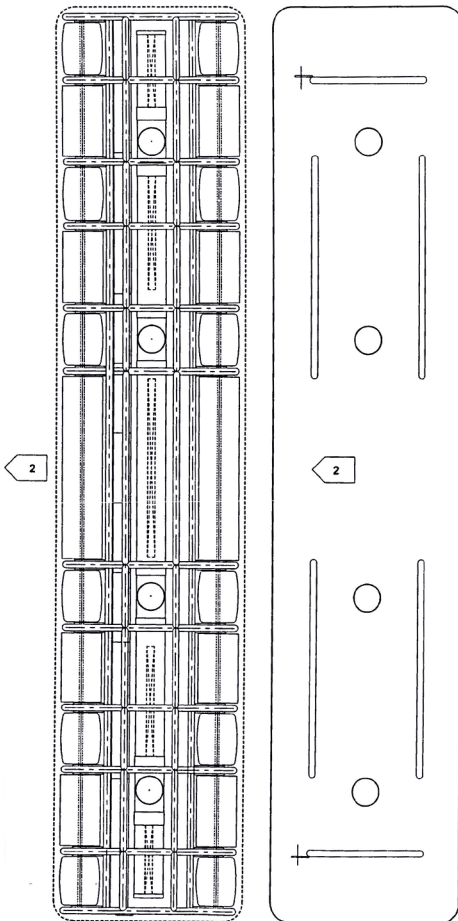


ABOVE: patent drawing for constructive coating based textile waste disposal requested by Bernardita Marambio in 2012.

ARRIBA: dibujo de patente para revestimiento constructivo en base a desecho de residuos textiles, solicitada por Bernardita Marambio en 2012.

LEFT: top view of the structure of the suction device for recreational use patented by Fernando Fischman at national and international level.

IZQUIERDA: vista superior de estructura de dispositivo de succión para uso recreativo, patentado por Fernando Fischman a nivel nacional e internacional.



NEXT: aerial view of the San Alfonso Del Mar tourist complex, located in the Central Valley, near Algarrobo, which holds the Guinness World Record as the planet's largest artificial pool. This innovative process for building and maintaining large bodies of water in a crystal-clear state at a low cost has been patented in 113 countries by Crystal Lagoons, a company belonging to Chilean Fernando Fischmann. Archive: Crystal Lagoons Corporation.

SIGUIENTE IMAGEN: vista aérea del complejo turístico San Alfonso del Mar, ubicado en el Litoral Central, sector de Algarrobo, que ostenta el record mundial Guinness como la piscina artificial más grande del planeta. Este innovador proceso para construir y mantener grandes cuerpos de agua en estado cristalino a bajo costo ha sido patentado en 113 países por la empresa Crystal Lagoons del chileno Fernando Fischmann. Archivo: Crystal Lagoons Corporation.

Shortly after, with the goal of positioning the country as a regional pole of innovation and strengthening the services for its users, Chile subscribed the Budapest Treaty on the International Recognition of the Deposit of Microorganisms for the Purposes of Patent Procedure. This Treaty aims to facilitate the dissemination of inventions in cases which include micro-organisms, allowing for a sample of a micro-organism to be deposited in an International Deposit Authority so that, at the same time, this deposit will be recognized by the Offices of other members of the Budapest Treaty.

In order to complement the benefits of the Budapest Treaty, in 2012 the Chilean Collection of Microbial Genetic Resources,⁵⁰ of the Agricultural Research Institute (INIA), was recognized by WIPO as an International Deposit Authority. Therefore, all those interested in requesting an international patent for an invention that includes a micro-organism, may now deposit this micro-organism in Chile and obtain a certificate they can submit to other patent offices in countries that are part of the Budapest Treaty, where they would like to apply for this patent, thus avoiding making multiple deposits of the same micro-organism.

This same year, and in the framework of WIPO's General Assemblies, INAPI was designated as an International Search Administration and an International Preliminary Examining Authority under the PCT (ISA/IPEA), becoming the second Administration in the region after Brazil, the only Spanish-speaking Latin American office to develop international search reports, and the second Spanish-speaking office worldwide after the Spanish Patent and Trademark Office (OEPM). This meant for INAPI to adopt and maintain the highest standards of quality and management both in administrative tasks and in everything related to the search for the "state of the art" and patent application and utility models examination, positioning the institute among the 20 most important industrial property offices in the world. On October 22, 2014, with the presence of President Michelle Bachelet and the General Director of WIPO, Francis Gurry, INAPI began to operate as an ISA/IPEA. There was an immediate interest of other Latin American countries in using INAPI's services, and with-

de implementación estuvo focalizada en el rol que INAPI debió asumir como oficina receptora de las solicitudes internacionales en el marco del PCT (Chile como Oficina Receptora en el marco del Tratado). Para dicha implementación INAPI recibió la cooperación de OMPI y otras Oficinas como la Oficina Europea de Patentes (EPO), la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y la Oficina de Patentes y Marcas de EE.UU. (USPTO). La siguiente etapa de implementación se focalizó en las acciones que INAPI tuvo que asumir al empezar sus funciones como Oficina Designada o Elegida en el marco del PCT, dada la creciente demanda de solicitudes extranjeras que ingresarían vía PCT en la fase nacional, instancia que comenzó a evidenciarse a partir de diciembre de 2010.⁴⁹

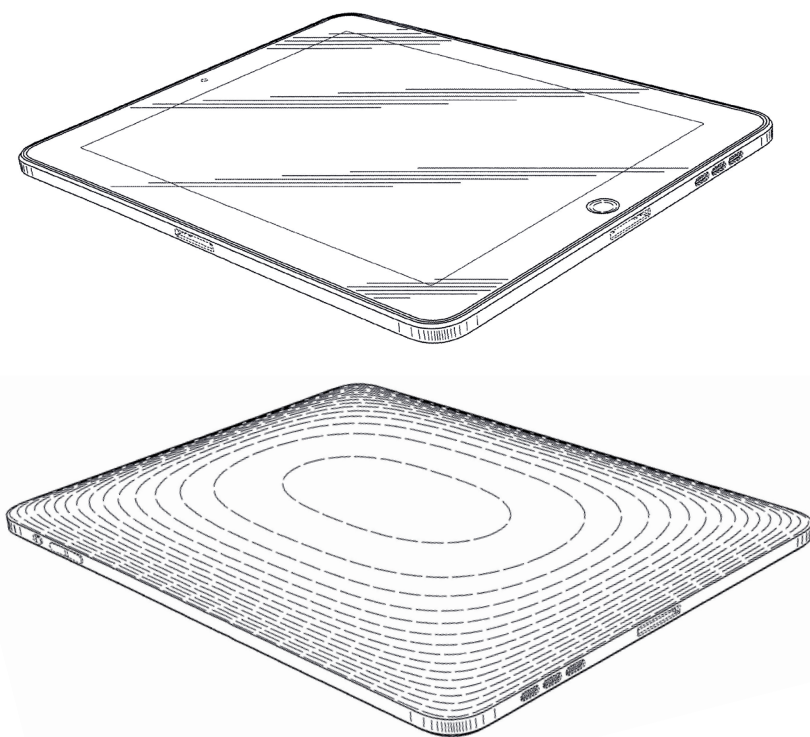
Poco después, con el propósito de posicionar al país como un polo regional de innovación y fortalecer el servicio ofrecido a sus usuarios, Chile suscribió el Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en materia de Patentes. Este Tratado tiene como finalidad facilitar el cumplimiento de divulgación de la invención en los casos en que incluya microorganismos, permitiendo que se deposite una muestra de dicho microorganismo en una Autoridad Internacional de Depósito y, a su vez, dicho depósito será reconocido en las Oficinas de los demás miembros del Tratado de Budapest.

Con el fin de complementar los beneficios del Tratado de Budapest, en el año 2012 la Colección Chilena de Recursos Genéticos Microbianos⁵⁰, del Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA), fue reconocida por OMPI como Autoridad Internacional de Depósito. Así, los interesados en solicitar una patente a nivel internacional de una invención que incluya un microorganismo, pueden efectuar el depósito de dicho microorganismo en Chile y obtener un certificado para presentar en las otras oficinas de patentes de países miembros de Tratado de Budapest en que se quiera solicitar dicha patente, evitándose de esta manera realizar múltiples depósitos del mismo microorganismo.

Ese mismo año, y en el marco de las Asambleas Generales de la OMPI, INAPI fue designado como Administración de Búsqueda Interna-

50. This resource bank, which contains over one thousand micro-organisms, including fungi, bacteria and nematodes, has a modern infrastructure and laboratory equipment.

Este banco de recursos contiene más de dos mil microorganismos entre hongos, bacterias y nemátodos, está dotado de una moderna infraestructura y equipos de laboratorio.



LEFT: industrial design patent application for a portable display device, Apple Inc. USA, 2010.

IZQUIERDA: patente de diseño industrial para dispositivo de visualización portátil, solicitada por Apple Inc. Estados Unidos de América, 2010.

in its first year of operations patent applications from Mexico, El Salvador, Colombia and Peru were filed.

During the period when the aforementioned attributions and regulations entered into effect, several patent applications were submitted on behalf of Chilean companies and entrepreneurs. INAPI received 2,796 patent applications in 2011, and a total of 3,019 in 2012, a comparative increase of 8%. Among the innovative ideas developed by Chilean men and women, some are uniquely notable: a new material created from textile waste, with natural components for wall covering and furniture manufacturing; a fire-resistant liquid used to protect furniture and buildings, designed for the Chiloé's churches case; a tablet-holder for working while standing up; an anti-earthquake capsule to protect from catastrophes and curb panic, with interior LED lighting and an emergency kit; and a wind-powered system designed for public bus transportation.

During 2013, when the PCT was completely operational, INAPI received a total of 3,076 patent applications, 61% of which were in the mechanical area, 20% in the chemical industry, 12% in biotech applications, while the electrical sector contributed 4% and the pharmaceutical industry registered 3%, all of which

cional y Examen Preliminar Internacional de Patentes bajo el PCT (ISA/IPEA), transformándose en la segunda Administración de la región junto a Brasil y en la única oficina latinoamericana de habla hispana en desarrollar informes de búsqueda internacional, siendo la segunda a nivel mundial después de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Ello ha significado para INAPI adoptar y mantener los más altos estándares de calidad y gestión tanto en labores administrativas como en todo lo relativo a la búsqueda del estado del arte y el examen de solicitudes de patentes y modelos de utilidad, situando al instituto dentro de las 20 oficinas de propiedad industrial más importantes del mundo. El 22 de octubre de 2014, con la presencia de la Presidenta Michelle Bachelet y del Director General de la OMPI, Francis Gurry, INAPI empezó a funcionar como ISA/IPEA. Inmediatamente se produjo interés de otros países latinoamericanos por usar los servicios de INAPI, recibándose en el primer año de funcionamiento solicitudes de patentes de México, El Salvador, Colombia y Perú.

Durante el período en el cual entraron en vigencia las atribuciones y normativas antes mencionadas, se presentaron numerosas solicitudes de patentes a nombre de empresas

RIGHT: Sello de Origen (Seal of Origin), new graphic identifiers for Geographical Indication, Appellation of Origin, Collective Mark and Certification Mark, launched in 2015.

DERECHA: variantes de color de identificador gráfico de Sello de Origen para Indicación Geográfica, Denominación de Origen, Marca Colectiva y Marca de Certificación, lanzado en 2015.

BELOW: First label of Seal of Origin, 2013.

ABAJO: primera versión de identificador gráfico de Sello de Origen, 2013.

represented a nominal increase in applications submitted via PCT and the Paris Convention. The next year, the Sub-Directorate of Patents introduced several improvements to the application process, and the annual volume of patent applications rose to 3,643 during 2014.

y emprendedores chilenos y extranjeros. En 2011, INAPI recibió 2.796 solicitudes de patentes y en 2012 un total de 3.019, lo que se tradujo, en términos comparativos, en un crecimiento de un 8%. Entre las ideas innovadoras desarrolladas por connacionales –hombres y mujeres– merecen destacarse algunas por su singularidad: un novedoso material elaborado a partir de desechos textiles con componentes naturales para el revestimiento de paredes y fabricación de mobiliario; un líquido anti-fuego utilizado para proteger bienes muebles e inmuebles, caso de las iglesias de Chiloé; un porta tablet para trabajar de pie; una cápsula antisísmica para proteger de catástrofes y mitigar el pánico, premunida de iluminación led interior, además de un kit de emergencia, y un sistema accionado por energía eólica destinado al transporte público en buses.

En el transcurso del año 2013, y ya funcionando completamente el PCT, INAPI recibió un total de 3.076 solicitudes de patentes de las cuales el 61% correspondió al área mecánica, un 20% a la industria química, un 12% a aplicaciones en biotecnología, en tanto el sector eléctrico aportó con un 4%, mientras que el farmacéutico registró un 3%, lo que significó un aumento nominal de solicitudes que ingresaron vía Convenio de París y a través de PCT. Al año siguiente, la Subdirección de Patentes introdujo diversas mejoras en el proceso de tramitación, a la vez que el volumen anual de solicitudes de patentes ascendió a 3.643 durante 2014.





SEAL OF ORIGIN: PRESERVING CULTURAL IDENTITY AND STRENGTHENING LOCAL DEVELOPMENT

One relevant issue for INAPI, is the development of the “Seal of Origin” (Sello de Origen) program, jointly developed by INAPI and the Ministry of Economy, Development and Tourism, designed to protect and position several traditional Chilean products in an increasingly competitive market. This program seeks to use industrial property rights to recognize, preserve, promote and value products that are part of our national history. The particularity of these products is their identitarian nature, related to their geographic areas of origin. This program has promoted the use and protection of traditional Chilean products through the registry of Geographical Indications (G.I.), Appellations of Origin (A.O.), Collective or Certification Trademarks,⁵¹ in order to stimulate the entrepreneurial and productive development of diverse communities throughout our country.⁵² The Seal of Origin may be used by those who have obtained any of the four industrial property rights mentioned above.

By protecting their products, this has helped deliver concrete benefits for small and medium-sized entrepreneurs, as well as artisans and farmers. The initiative has also placed

SELLO DE ORIGEN: PRESERVANDO LA IDENTIDAD CULTURAL Y FOMENTANDO EL DESARROLLO LOCAL

Un tema de relevancia para INAPI, que ha sido tratado en forma conjunta con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, es el desarrollo del programa “Sello de Origen” destinado a proteger y posicionar diversos productos tradicionales chilenos en un mercado cada vez más competitivo. Con este programa se busca que mediante los derechos de propiedad industrial se reconozcan, preserven, promuevan y valoricen productos que son parte de nuestra historia. La particularidad de estos productos es su carácter identitario, vinculado a sus zonas geográficas de origen. Este programa ha permitido fomentar el uso y la protección de los productos tradicionales chilenos a través del registro de Indicaciones Geográficas (I.G.), Denominaciones de Origen (D.O.), Marcas Colectivas o de Certificación,⁵¹ con el fin de impulsar el emprendimiento y desarrollo productivo de diversas comunidades a lo largo de nuestro país.⁵² El Sello de Origen puede ser utilizado por quienes hayan obtenido alguno de los cuatro derechos de propiedad industrial mencionados anteriormente.

Ello ha permitido entregar beneficios concretos a pequeños y medianos empresarios,

LEFT: Sello de Origen (Seal of Origin) for “collective mark”, applied on wood, 2015.

IZQUIERDA: aplicación de Sello de Origen, modalidad “marca colectiva” sobre, producto de madera.

51. Collective Trademarks are signs that help distinguish common characteristics that differentiate the goods and services of different companies selling them, and Certification Trademarks are distinctive signs that indicate that a product or service complies with a series of norms and has been endorsed by a certifying authority.

Las Marcas Colectivas son signos que permiten distinguir características comunes que diferencian bienes y servicios de distintas empresas que los comercializan y las Marcas de Certificación son signos distintivos que indican que un producto o servicio cumple con un conjunto de normas y han sido visados por alguna autoridad de certificación.

52. It is important to mention that obtaining the seal, in the case of agricultural, forestry or agroindustrial products, requires the favorable opinion of the Ministry of Agriculture, which implies a rigorous accreditation process through reports and technical studies.

Valga mencionar que la obtención del sello, cuando se trata de productos silvoagropecuarios o agroindustriales, requiere de la opinión favorable del Ministerio de Agricultura, lo que implica una rigurosa acreditación mediante informes y estudios técnicos.

BELOW: Sello de Origen (Seal of Origin). Iconographic illustrations for products protected as an "appellation of origin": Easter Island's Tuna, Huasco valley's Olive Oil, La Ligua's Pastries and Pomaire's Pottery.

Drawings: Constanza Rodríguez.

ABAJÓ: aplicaciones gráficas de Sello de Origen para los siguientes productos: Atún de Isla de Pascua, Aceite de Oliva, Dulce de La Ligua, Alfarería de Pomaire y Corazón de Paine. Dibujos: Constanza Rodríguez.



a special emphasis on associativity between the actors involved, thus establishing broader and longer-lasting relationships and social networks, with the ultimate goal of promoting competitiveness and productive development among local communities and of conserving their traditions. In this sense, the "Seal of Origin" program seeks to provide more information on products, strengthening consumer confidence by facilitating the identification of and differentiation between similar products and, at the same time, opening new tourist routes in order to increase the demand for original products. Ultimately, this aims to create positive externalities in all areas, improving the quality of life for small and micro-entrepreneurs.

At the international level, the protection plan for typical Chilean products promoted by INAPI has favored the strategic positioning of national creations by opening unsuspected business possibilities and, of course, commercial success stories by local entrepreneurs in external markets. In this sense, it is important to note that, to date, there are several products with Seals of Origin, including: Cáhuil, Boyeruca and Lo Valdivia salts, Pomaire pottery, Doñihue Mantos and Cloaks, Quinchamalí pottery, and Capitán Pastene prosciutto, among the "Appellations of Origin"; Pica lime, Juan Fernández lobster, Easter Island tuna, Juan Fernández golden crab, La Ligua pastries, Chiloé lamb, and Lluta maize, as "Geographical Indications"; Fresh Atacama grapes, SIPAM Chiloé and Calidad Aysén Patagonia under the label "Certification Trademarks," and Corazón de Paine, in the "Collective Trademarks" category. As of August 2015, more than 20 Chilean products were awaiting this recognition, which indicates the wealth of our land and the variety of our traditions, as well as the usefulness of industrial property rights as instruments for valorization.

además de artesanos y agricultores, por la vía de la protección de sus productos. Igualmente, la iniciativa ha puesto un particular énfasis en la asociatividad entre los actores involucrados, generando así lazos y redes sociales de mayor alcance y proyección en el tiempo, con el fin último de impulsar la competitividad y el desarrollo productivo de las comunidades locales y la conservación de sus tradiciones. En tal sentido, el programa "Sello de Origen" ha buscado proporcionar mayor información sobre los productos, favoreciendo la confianza de los consumidores al facilitar la identificación y diferenciación entre productos similares y, al mismo tiempo, abrir nuevas rutas turísticas con miras a aumentar la demanda por los productos originarios. En definitiva, generar externalidades positivas hacia todas las áreas, mejorando la calidad de vida de micro y pequeños empresarios.

En el ámbito internacional, el plan de protección de los productos típicos chilenos impulsado por INAPI ha favorecido el posicionamiento estratégico de las elaboraciones nacionales abriendo insospechadas posibilidades de negocios y, por cierto, historias de éxito comercial protagonizadas por emprendedores locales en mercados externos. Al respecto, cabe destacar que a la fecha existen varios productos con Sello de Origen, entre los que se encuentran: Sal de Cáhuil, Boyeruca y Lo Valdivia, Alfarería de Pomaire, Chamantos y Mantos Corraleros de Doñihue, Alfarería de Quinchamalí y Prosciutto de Capitán Pastene, entre las "Denominaciones de Origen"; Limón de Pica, Langosta de Juan Fernández, Atún de Isla de Pascua, Cangrejo Dorado de Juan Fernández, Dulces de La Ligua, Cordero Chilote y Maíz Lluteño, como "Indicaciones Geográficas"; Uva de Mesa Fresh Atacama, SIPAM Chiloé y Calidad Aysén Patagonia bajo el rótulo de "Marcas de Certificación", y Corazón de Paine, dentro de la categoría "Marcas Colectivas". A agosto de 2015 más de 20 productos chilenos se encontraban a la espera de obtener este reconocimiento, lo que da fe de la riqueza de nuestra tierra y la variedad de nuestras tradiciones, así como también de la utilidad de los derechos de propiedad industrial como instrumentos de valorización.



LEFT: anthropomorphic female figure playing guitar. Quinchamalí clay crafts, Museum of American Folk Art, Universidad de Chile.

IZQUIERDA: figura antropomorfa femenina tocando guitarra. Artesanía en greda de Quinchamalí de la colección del Museo de Arte Popular Americano, Universidad de Chile.

MODERNIZATION AND GROWTH OF THE TRADE-MARK SYSTEM

Trademarks, along with Geographical Indications and Appellations of Origin, are an effective way to organize markets, since they are an essential tool for differentiating products and services, avoiding confusion among consumers. In 2011, 35,866 trademarks were requested,⁵³ with a significant increase in new trademark applications, which observed an historic increase of 12%, as well as renewals, where the most common trademark products were foods and chemicals. The reasons for this trend were mainly due to the promotion strategy and the greater access to information for users implemented by INAPI, the reduction in processing costs for applicants, and the facilitated registry for entrepreneurs beyond their own borders.

In 2011, the Trademark Law Treaty (TLT)⁵⁴, also entered into effect, seeking to standardize the registration process for visible signs of products and services in member countries. In addition, this international treaty implies becoming part of an agreement between 48 countries, many of which are Chilean trade partners, as well as countries that belong to the OECD.

MODERNIZACIÓN Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA DE MARCAS

Las marcas, junto con las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, son un eficaz elemento para ordenar los mercados, siendo un elemento esencial para la diferenciación de productos y servicios, evitando la confusión en el público consumidor. En 2011 se solicitaron 35.866 marcas,⁵³ con un aumento importante en las solicitudes de marcas nuevas, que experimentaron un crecimiento histórico de un 12%, como también en las renovaciones, siendo los productos con mayor presencia marcaria los alimentarios y químicos. Las causas de esta tendencia obedecieron principalmente a la estrategia de difusión y mayor acceso a información para los usuarios implementada por INAPI, la reducción de costos de tramitación para el solicitante y a la facilitación para el emprendedor del registro más allá de las propias fronteras.

En 2011 también entró en vigencia el Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT)⁵⁴, que tiene como fin estandarizar el proceso de registro de signos visibles de productos y servicios en los países miembros. La adhesión a este tratado internacional implica formar parte de un acuerdo integrado por 48 países, muchos de ellos

53. It is important to mention that, internationally, the country ranks fourth in terms of the volume of trademarks requested by number of inhabitants, with 2,965 requests for each million Chileans.

Cabe destacar que a nivel mundial, el país se ubicó en la cuarta posición respecto del volumen de marcas solicitadas por número de habitantes, con 2.965 solicitudes por cada millón de personas.

54. The Trademark Law Treaty establishes some formal simplifications regarding the presentation of commercial trademarks, facilitating the access to general powers valid for multiple presentations of trademarks belonging to the same owner. El Tratado sobre el Derecho de Marcas establece algunas simplificaciones de carácter formal respecto a la presentación de marcas comerciales, facilitando el acceso a poderes generales válidos para múltiples presentaciones de marcas de un mismo titular.



ABOVE: Propyme seal of the Ministry of Economy, Development and Tourism. This initiative aims to ensure better conditions for smaller companies in the country, 2012.

ARRIBA: sello ProPyme del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, iniciativa que busca garantizar mejores condiciones para las empresas de menor tamaño del país, 2012.

Well into 2012, there was a record figure of 53,700 new trademark registrations and renewals. At the same time, with the presentation of the application for registration of the “Omni-danz” trademark, submitted by Comercial e Inmobiliaria Nacional S.A. to protect the services of an educational, cultural, recreational and sports academy, INAPI reached one million commercial trademark applications.

The next year, Chile ranked first among Latin American nations in the World Innovation Index created by WIPO, a measurement that considered 141 countries in aspects such as infrastructure, business and market development, knowledge and technology creation, human capital, and creative research and production. In this context, and in terms of trademark cooperation, a work plan was developed with the goal of facilitating applications in more than one country, as well as identifying collaborative activities in this field.

On the other hand, a study was initiated with WIPO to determine the most intensive uses of trademarks by national applicants, as part of a broader mapping process on intellectual property use in Chile, seeking to identify the focus of future public policies and to promote entrepreneurship and innovation.

In terms of improving user service, a project was initiated in 2013 to notify users by e-mail when trademarks have been accepted for processing, thus creating a faster, more expedited process. Towards the end of the same year, INAPI began to develop a “one-click renewal” system, an innovative and unique service worldwide that allows trademark owners to receive a digital renewal proposal based on a preliminary examination, obtaining registration instantly. These initiatives, among others, have helped to consolidate the online service platform for processing commercial trademarks during 2014.

With the implementation, in April 2015, of the online forms for recording on the margins of trademarks registries, INAPI can now register licenses, transfers, name changes and observe guarantees, prohibitions and other encumbrances, without requiring a visit to the institute’s offices. The implementation of these forms has allowed 100% of all trademarks processing in Chile to be done remotely.

Complementing this development, in August of the same year tools were implemented

socios comerciales de Chile, como también de los países pertenecientes a la OCDE.

Entrado el 2012, se alcanzó una cifra récord de 53.700 registros de marcas nuevas y renovaciones. A su vez, con la presentación de la solicitud para el registro de la marca “Omni-danz”, realizada por Comercial e Inmobiliaria Nacional S.A. para proteger los servicios de una academia de educación y de esparcimiento cultural y deportivo, INAPI alcanzó el millón de solicitudes de marcas comerciales.

Al año siguiente Chile ocupó el primer lugar en Latinoamérica dentro del Índice Mundial de Innovación elaborado por la OMPI a través de una medición que consideró a 141 países y aspectos tales como infraestructura, desarrollo empresarial y de mercado, generación de conocimiento y tecnología, capital humano e investigación y producción creativa. En este contexto, y en relación a la cooperación en materia de marcas, se desarrolló un plan de trabajo con el objetivo de facilitar las solicitudes en más de un país, además de delimitar las actividades de cooperación en dicho ámbito.

Por otro lado, y en conjunto con la OMPI, se inició un estudio para determinar el uso intensivo de marcas por parte de los solicitantes nacionales como parte de un mapeo más amplio referido al uso de la propiedad intelectual en Chile para identificar el foco de las futuras políticas públicas e incentivar el emprendimiento y la innovación.

En relación a la mejora de los servicios de atención al usuario, en 2013 se inició un proyecto de notificación de la resolución de “aceptación a trámite de marcas” vía correo electrónico, permitiendo una gestión más rápida y expedita. Hacia fines del mismo año INAPI comenzó a desarrollar un sistema denominado “Renovación en 1 click”, servicio innovador y único en el mundo que permite al titular de una marca recibir digitalmente una propuesta de renovación basada en un examen preliminar, obteniendo el registro al instante. Estas iniciativas, entre otras, significaron la consolidación de la plataforma de servicios en línea para la tramitación de marcas comerciales durante el año 2014.

Con el lanzamiento en abril de 2015 de los formularios en línea para efectuar anotaciones al margen de los registros de marcas, es posible en INAPI inscribir licencias, transferencias,

to integrate the trademark platform with other public platforms, in order to facilitate the creation of intangible assets and to provide timely and early information for entrepreneurs in the first phases of any new business project. The “buscatunombre.cl” site (“find-your-name” site), combines the business creation databases with Chilean domain names and trademarks, displaying the availability of any term in these three databases with a single operation. Complementarily, INAPI has integrated its platform with the government platform for online business creation, so that, using automated systems and the information that entrepreneurs enter on the business website, an online form is automatically filled in for them to submit their trade name as a trademark, with just a few validations, so that, as they create their business, they may also create their first corporate asset.

INSTITUTIONAL PROGRESS

In July 2012, INAPI moved to a new building with offices specially designed for a more efficient performance of its functions, with an improved user’s access and a privileged location in terms of available services. This milestone is considered one of the most significant improvements as far as infrastructure, and, to a large extent, the renewal of its headquarters has been the visible face of the institution, reflecting the progress made in previous years in terms of the efficiency of its processes and services.

In the field of technology, during 2012 INAPI also unveiled a new website and replaced its old information platform, named WANG, with IPAS (Intellectual Property Administration System), a system specially developed by WIPO to manage patents, trademarks, industrial designs and appellations of origin. At the same time, a process of digitalization of all pending trademarks and patents files was implemented, and a document digitalization unit was created in 2015, allowing trademark and patent examiners to use digital files to implement application’s formal examination.

In line with the digital era, INAPI has developed a policy to strengthen its website, offering 100% of all trademark procedures online

cambios de nombres y anotar prendas, prohibiciones y otros gravámenes, sin necesidad de concurrir a las oficinas de INAPI. Con este lanzamiento se logró que el 10% de los trámites de marcas en Chile puedan en la actualidad realizarse a distancia.

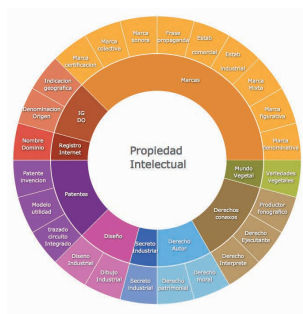
Complementando este desarrollo, en agosto del mismo año se lanzaron herramientas que integran las plataformas de marcas con otras plataformas públicas, con el objeto de agilizar la creación de activos intangibles y de proporcionar información oportuna y temprana a los emprendedores al inicio de todo nuevo negocio. Se trata de “buscatunombre.cl”, que integra las bases de datos de creación de empresas, de nombres de dominio de Chile y de marcas, permitiendo conocer la disponibilidad de cualquier término en dichas tres bases de datos mediante una única operación. Complementariamente, INAPI ha integrado su plataforma con la plataforma del gobierno para la creación de empresas en línea, de forma que a través de sistemas automatizados, a partir de la información que los emprendedores ingresan al portal de empresas, automáticamente se vaya completando el formulario en línea para la presentación de su nombre comercial como marca, bastando con un par de validaciones para que junto con crear su empresa cuente con su primer activo societario.

AVANCES INSTITUCIONALES

En julio de 2012 se concretó el cambio de INAPI a un nuevo edificio dotado de oficinas especialmente diseñadas para el desempeño eficaz de sus funciones, con mejores accesos para los usuarios y una ubicación privilegiada en relación a los servicios ofrecidos. Este hito es considerado como una de las mejoras más significativas en cuanto a infraestructura y en buena medida, la renovación de la casa matriz ha sido la cara visible de la institución, que refleja los avances realizados en los años anteriores en materia de eficiencia de procesos y servicios.

En el ámbito tecnológico, en 2012 INAPI estrenó también una nueva página web y sustituyó su antigua plataforma informática WANG, por el sistema IPAS, (Intellectual Property Administration System), sistema especialmente

in 2015 and simplifying its application writs. In particular, the online issuance of trademark titles and certificates was replaced by an intelligent electronic interface designed to reduce the most common mistakes, in order to promote and facilitate INAPI's electronic services, allowing both the filing and payment of applications online, all week long and from anywhere in the world. The successful implementation of the online service platform allowed 75% of trademark applications to be submitted online in 2015.



ABOVE: filter and search diagram, Inapi Proyecta platform.

ARRIBA: diagrama de filtro y búsqueda de plataforma Inapi Proyecta.

NEXT: graphic identifier for Inapi Proyecta platform.

SIGUIENTE IMAGEN: identificador gráfico de plataforma Inapi Proyecta

TECHNOLOGY TRANSFER AND DISSEMINATION OF KNOWLEDGE

Since its creation, INAPI has been recognized for its contribution to entrepreneurship and innovation in Chile. This has been possible through diverse actions designed to disseminate knowledge and technology transfer, fields in which industrial property plays a fundamental role in defense of intellectual assets.

In this line, the “INAPI Proyecta” platform was implemented in 2012, as a website developed by INAPI in collaboration with the European Union, designed for small and medium businesses, researchers and technology transfer units at universities. The platform has 18 free tools for using, learning and transferring intellectual property, as well as customizable resources that aim to establish an Industrial Property community, in a knowledge exchange environment. Since its implementation, the platform has received over 161,000 visits, 68% of whom are national internet users and the rest of whom are foreign users from countries such as the United States, Mexico, Spain, Argentina, Peru, Switzerland, Germany, Brazil and China, among others, which are already part of the INAPI Proyecta community.

Among the tools available for users, the “Search Engine” allows users to discover, through different examples, the intellectual property mechanisms and rights that are available in the national legislation to protect an intellectual creation. On the other hand, there is a tool called “Define your strategy,” an online manual that helps establishing protection strategies, providing a roadmap for formalizing industrial property rights in Chile,

desarrollado por OMPI para la gestión de patentes, marcas, diseños industriales y denominaciones de origen. Al mismo tiempo, se realizó un proceso de digitalización de todos los expedientes en trámite de marcas y patentes y se creó una unidad de digitalización de documentos, lo cual permitió que en el año 2015 los examinadores de marcas y patentes puedan utilizar los expedientes digitales para realizar el examen de forma de las solicitudes.

En sintonía con la era digital, INAPI ha desarrollado una política de fortalecimiento de su página web, llegando a ofrecer en el año 2015 el 100% del total de trámites de marcas de forma electrónica y la simplificación de los formularios de solicitud de derechos. En particular, la emisión de títulos y certificados de marcas en línea fueron reemplazados por una interfaz electrónica e inteligente concebida para reducir los errores más comunes, con el fin de promover y facilitar los servicios electrónicos de INAPI, permitiendo tanto la presentación como el pago de solicitudes de patentes en línea, todos los días de la semana, y desde cualquier parte del mundo. La exitosa implementación de la plataforma de servicios en línea permitió que en el año 2015 se llegara a un 75% de presentaciones de marcas en línea.

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y DIFUSIÓN DEL CONOCIMIENTO

Desde su creación, INAPI ha sido reconocido por su aporte al emprendimiento y la innovación en Chile. Esto ha sido posible mediante diversas acciones orientadas a la difusión del conocimiento y la transferencia tecnológica, ámbitos en los cuales la propiedad industrial juega un rol fundamental para resguardar los activos intelectuales.

En esta línea, en 2012 se efectuó el lanzamiento de la plataforma “INAPI Proyecta”, un portal desarrollado por INAPI en cooperación con la Unión Europea, dirigido a pequeñas y medianas empresas, investigadores y unidades de transferencia tecnológica en universidades. La plataforma cuenta con 18 herramientas gratuitas para usar, aprender y transferir propiedad intelectual, así como recursos personalizables que apuntan al establecimiento de una comunidad en torno a la

as well as the “Protocol Guide,” which orients users on the right way to register and use their Industrial Property rights. Similarly, the interface has a “Patent Search Engine,” a unique information robot, which gathers search feedback and samples selected by experts in each technological field, allowing users to access patent documents that are available in different databases: Europe (epo.org), the United States (uspto.gov), Chile (inapi.cl) and scientific papers (academic.research.microsoft.com). After being catalogued, data collected by the search engine is published through “Alerts” and “Bulletins” that are automatically generated and sent to the community registered on the platform.

Furthermore, there has been an outstanding work of disseminating national technological knowledge, an initiative materialized by the www.dominiopublico.cl website in the framework of the activities committed in Measure 37 of the Productivity, Innovation and Growth Agenda of the Ministry of Economy, Development and Tourism during 2014.

This tool allows all those interested to access a database with all the patents requested in Chile from 1840 to the present in a public, friendly and free manner, and which have expired or whose protection has been cancelled or expired, thereby becoming part of the national public domain. Besides this repository, INAPI has allowed its users to access thematic reports on public domain technologies in fields of strategic relevance for the country, and has facilitated direct access to interviews to relevant Chilean entrepreneurs and inventors in order to understand how they have achieved success in their ventures and innovations.

These technological bulletins have been important in aspects involving the dissemination and publication of institutional materials, particularly those edited during 2010 and part of 2011 under the premise of “Rebuilding Chile with the help of Industrial Property,” in support of national reconstruction after the February 27th earthquake, by providing information regarding inventions that are useful in fields as diverse as water treatment and storage, construction and housing, urban debris processing, alternative energy use, artisanal fishing, cold conservation and plague control.

Propiedad Industrial, en un ambiente de intercambio de conocimiento. Desde su lanzamiento, la plataforma ha recibido más de 161.000 visitas, de las cuales el 68% son internautas nacionales y el resto usuarios extranjeros, de países tales como Estados Unidos, México, España, Argentina, Perú, Suiza, Alemana, Brasil y China, entre otros, que ya son parte de la comunidad de INAPI Proyecta.

Entre las herramientas disponibles para el usuario, destaca el “Explorador” el cual permite conocer, mediante distintos ejemplos, los mecanismos y derechos de propiedad intelectual disponibles en la legislación nacional para resguardar una creación intelectual. Por otra parte se encuentra la herramienta “Define tu estrategia”, un manual en línea que ayuda a definir estrategias de protección, proporcionando una hoja de ruta para formalizar los derechos de Propiedad Industrial en Chile, así como la “Guía de Protocolos”, que orienta a los usuarios de la plataforma para el correcto registro y uso de los derechos referidos a la Propiedad Industrial. Igualmente, la interfaz cuenta con un “Buscador de patentes”, una suerte de robot informático único en su tipo, que se retroalimenta de las búsquedas y muestras seleccionadas por expertos en cada área tecnológica, lo que permite acceder a documentos de patentes disponibles en distintas bases de datos: Europa (epo.org), Estados Unidos (uspto.gov), Chile (inapi.cl), papers científicos (academic.research.microsoft.com). Los datos recolectados por el buscador, luego de ser catalogados, se hacen públicos a través de “Alertas” y “Boletines” que se generan y envían a la comunidad registrada en la plataforma de forma automática.

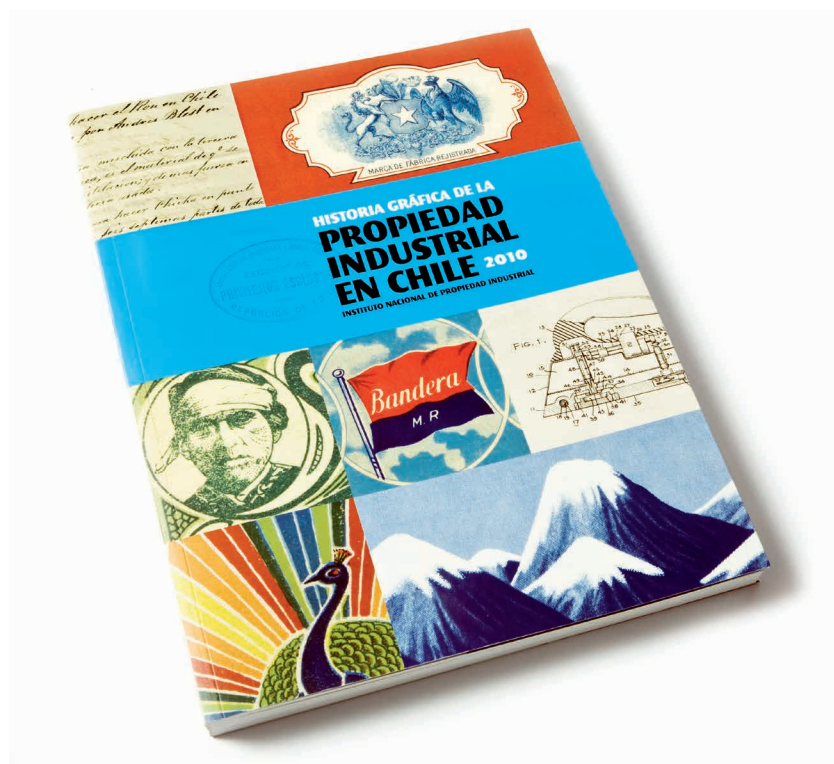
Por otra parte, destacable ha sido la labor de difusión del acervo tecnológico nacional, iniciativa materializada en el portal www.dominiopublico.cl en el contexto de las actividades comprometidas en la Medida 37 de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo durante el año 2014.

Esta herramienta pone a disposición de los interesados, de forma pública, amigable y gratuita, una base de datos con todas aquellas patentes que han sido solicitadas en Chile desde 1840 hasta la actualidad, y que han expirado o cuya protección se ha anulado, o caducado,



ABOVE: INAPI annual reports.

ARRIBA: reportes anuales de INAPI.



ABOVE, RIGHT: cover of the first edition of Graphic History of the Industrial Property in Chile, published to commemorate Chile's Bicentennial in 2010.

ARRIBA, DERECHA: portada de la primera edición del libro Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile, publicado con motivo del Bicentenario de Chile en 2010.

Also in 2011, as part of the celebrations of the Bicentennial of the Republic, Inapi published the first edition of the *Graphic History of Industrial Property in Chile*, an investigation that reviews the historical evolution of Industrial Property in the national territory, from its beginnings in the first half of the 19th century to the present. This initiative, which highlights the invention and innovation capacities of Chilean citizens, was made available to the community through the public library system and, in an electronic format, on INAPI's online platform. Meanwhile, continuing with this historical documentation project, an exhibit was created based on the book on display at the National Library and the Gabriela Mistral Cultural Center, which was visited by over 30,000 people.

In 2011, the institute edited *Commercial Trademarks, INAPI Procedure Manual*, a pioneering work in Latin America that sought to facilitate the trademark registration procedure and publish the criteria used by INAPI in its processes, thus helping elevate the standards of quality for trademark procedures and providing greater legal protection to applicants. Also in 2011, Inapi published its first annual report, providing background on Industrial Property use and the institute's work over the

pasando por lo tanto a ser parte del dominio público nacional. Además de este repositorio, INAPI ha puesto a disposición de sus usuarios informes temáticos sobre tecnologías de dominio público en áreas de relevancia estratégica para el país, como también ha facilitado el acceso directo a entrevistas a emprendedores e inventores chilenos de relevancia para entender cómo ellos han logrado el éxito en sus emprendimientos e innovaciones.

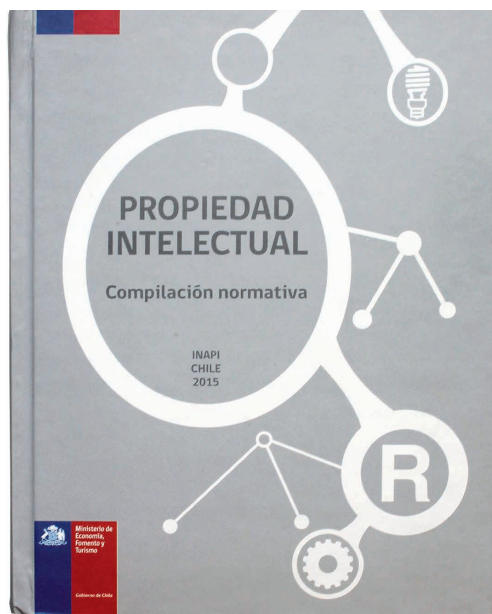
En aspectos referidos a la difusión y publicación de material institucional, de relevancia han sido los Boletines tecnológicos, particularmente los editados durante el año 2010 y parte del 2011 bajo la premisa "A reconstruir Chile con ayuda de la Propiedad Industrial", con el fin de apoyar a la reconstrucción del país luego del terremoto del 27 de febrero, proporcionando información relativa a inventos de utilidad para áreas tan diversas como el tratamiento y almacenamiento del agua, construcción y vivienda, procesamiento de escombros urbanos, uso de energía alternativa, pesca artesanal, conservación en frío y control de plagas.

También en 2011, en el marco de las celebraciones del Bicentenario de la República, Inapi publicó la primera edición del libro *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile*, investigación que da cuenta de la evolución histórica de la

last 10 years. Also, the institute began editing a monthly newsletter with current issues, in order to ensure the continuity of the bulletins on technological information and inventions in the public domain.

Meanwhile, several lectures and seminars have been held in recent years, including the International Symposium on Design Protection called “Designing the future,” which gathered national and international representatives from the Industrial Property scene, and the Association of Design Companies (QVID), which discussed ways to protect and strengthen the creation of products and services.

Finally, also noteworthy is the lengthy *Compilation of Intellectual Property Regulations*, edited in January 2011, whose second edition, reviewed and updated, was published in January 2015 which gathers, in a single volume of over 700 pages, a comprehensive compilation of regulatory texts, including constitutional provisions, laws, treaties, international agreements and regulations currently in effect regarding Intellectual Property.



Propiedad Industrial en el territorio nacional, desde sus inicios en la primera mitad del siglo XIX hasta la actualidad. Esta iniciativa, que pone en valor la capacidad inventiva y de innovación de los ciudadanos chilenos, fue puesta a disposición de la comunidad a través del sistema de bibliotecas públicas y, en formato electrónico, en la plataforma web de INAPI. A su vez, continuando con este trabajo de recopilación histórica, se llevó a cabo una exposición en base al libro la que fue exhibida en las dependencias de la Biblioteca Nacional y el Centro Cultural Gabriela Mistral, llegando a una cifra de más de 30.000 visitantes.

El año 2011, el instituto editó Marcas comerciales, *Manual de Procedimiento de INAPI*, obra pionera en Latinoamérica que buscó facilitar el procedimiento de registro de marcas y hacer públicos los criterios que INAPI utiliza en sus tramitaciones, contribuyendo a elevar los estándares de calidad de los procedimientos marcarios y a brindar mayor seguridad jurídica a los solicitantes. También en 2011, Inapi publicó por primera vez un reporte anual, aportando antecedentes sobre el uso de la Propiedad Industrial y el funcionamiento del instituto durante los últimos 10 años. Igualmente, para otorgar continuidad a los boletines de información tecnológica y de inventos en el dominio público, se comenzó a editar un newsletter mensual con temas de actualidad.

Por otra parte, durante los últimos años se han realizado diversas charlas y seminarios, destacando el Simposio Internacional de Protección del Diseños denominado “Diseñando el futuro”, el cual convocó a representantes nacionales e internacionales del mundo de la Propiedad Industrial y la Asociación de Empresas de Diseño (QVID) para debatir sobre las formas de proteger y potenciar la generación de productos y servicios.

Finalmente, cabe destacar la voluminosa *Compilación Normativa de Propiedad Intelectual*, editada en enero de 2011, cuya segunda edición revisada y actualizada fue publicada en enero de 2015, reuniendo en un solo ejemplar de más de 700 páginas una exhaustiva recopilación de los textos normativos, incluyendo disposiciones constitucionales, leyes, tratados, convenios internacionales y reglamentos relativos a la Propiedad Intelectual en vigencia.

LEFT: cover of the book *Compilation of the Industrial Property Regulations of Chile*, 2015.

IZQUIERDA: imagen de portada de la publicación *Compilación Normativa de la Propiedad Industrial en Chile*, 2015.

FINAL WORDS

In the information society, where advances in knowledge have displaced the concept of industrial development –which was the dominant premise for most of the 20th century– Industrial Property plays a key role. The current relevance of trademarks reminds us of the importance of identity in a globalized world and helps us organize the market to benefit consumers; patenting, as a key tool for innovation, commits us to the search for productive efficiency, the appropriate use of resources and improvements to quality of life. Each of these aspects is essential both for the economic life of a country and the daily lives of its citizens. For this reason, we believe this *Graphic History of Industrial Property in Chile* not only has a testimonial and documentary value, but can also be used as a resource for the creativity required to face coming challenges. To the extent that we are able to observe, to acknowledge and to understand “what others did” in its historical and cultural dimension, we may begin to imagine what we shall be able to do in the future.

FINAL WORDS

En la sociedad de la información, donde la consigna del desarrollo industrial que fuera premisa dominante en la mayor parte del siglo XX ha sido desplazada por los avances del conocimiento, la Propiedad Industrial tiene un rol primordial. La relevancia actual de las marcas nos recuerda la importancia del factor identitario en un mundo globalizado y nos ayuda a ordenar el mercado en beneficio de los consumidores; el patentamiento, como herramienta clave para la innovación, nos remite a la búsqueda de la eficiencia productiva, el adecuado empleo de los recursos, y el mejoramiento de la calidad de vida. Todos los aspectos anteriores, resultan fundamentales tanto para la vida económica de un país como para la vida cotidiana de sus ciudadanos. Por eso, consideramos que esta *Historia Gráfica de la Propiedad Industrial en Chile* no sólo posee un valor testimonial y documental, sino que además puede ser resorte de la creatividad para los desafíos venideros. En cuanto somos capaces de mirar, reconocer y comprender en su dimensión histórica y cultural lo que “otros hicieron”, es posible vislumbrar lo que podremos hacer en el futuro.

BIBLIOGRAPHY

BIBLIOGRAFÍA

BOOKS / LIBROS

- Álvarez Caselli, Pedro; Chile Marca Registrada. *Historia general de las marcas comerciales y el imaginario del consumo en Chile*. Santiago, Ocho Libros Editores/Universidad del Pacífico, 2008.
- Barrera, Manuel, Sergio Ceppi, Lucy Ercilla, Enrique Sanhueza y Claudio Vila; Chile, *100 Años de Industria (1883-1983)*. Santiago, Sociedad de Fomento Fabril, 1983.
- Bauer, Arnold J.; *Expansión económica en una sociedad tradicional: Chile central en el siglo XIX*. Santiago, Ediciones Historia, Instituto de Historia PUC, 1970.
- Bonsiepe, Gui; *Manual de Diseño*, Santiago, OIT, 1969.
- Bonsiepe, Gui; *Teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1978.
- Calderón, Alfonso; *Cuando Chile cumplió 100 años*. Santiago, Editora Nacional Quimantú, 1973.
- Calderón, Alfonso; *Memorial del viejo Santiago*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 1984.
- Campi, Isabel; *La idea y la materia. El diseño de producto en sus orígenes*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2007.
- Délano, Manuel y Traslaviña, Hugo; *La herencia de los Chicago Boys*. Santiago, Las Ediciones del Ornitorrinco, 1989.
- Eguizábal Maza, Raúl; *Historia de la publicidad*. Madrid, Editorial Eresma & Celeste Ediciones, 1998.
- El pabellón de Chile. Huracanes y maravillas en una exposición universal*. Santiago, La Máquina del Arte, 1992.
- Encina, Francisco Antonio; *Historia de Chile. Desde la prehistoria hasta 1891*. Santiago, Editorial Nascimento, 1970.
- Encina, Francisco Antonio; *Nuestra inferioridad económica. Sus causas, sus consecuencias*. Santiago, Editorial Universitaria, quinta edición, 1981.
- Feliú Cruz, Guillermo; *Santiago a comienzos del siglo XIX*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 2001.
- Gay, Claudio; *Historia física y política de Chile (Sección Agricultura)*, Tomo I. París, Imprenta E. Thunot y Cía., 1862.
- Gertner, David, Donald Haider, Philip Kotler e Irvin Rein; *Market Places in Latin America and the Caribbean*. Barcelona, Paidós, 2005.
- Graham, María; *Diario de mi residencia en Chile en 1822*. Santiago, Editorial del Pacífico, 1956.
- Jara Letelier, Aníbal y Muirhead, Manuel; *Chile en Sevilla 1929. Libro oficial de los exponentes de Chile en Sevilla*. Santiago, Empresa Editorial Cronos, 1929.
- Klein, Naomi; *No Logo*. Buenos Aires, Paidós, 2000.
- Mamalakis, Markos; *The Growth and Structure of the Chilean Economy*, New Haven and London. Yale University Press, 1976.
- Martínez, Javier y Eugenio Tironi; *Las clases sociales en Chile*. Santiago, Ediciones del Sur, 1985.
- Martínez, Mariano; *Industrias santiaguinas*. Santiago, Imprenta y Encuadernación Barcelona, 1896.
- Meller, Patricio; *Un siglo de economía política chilena (1891-1990)*. Santiago, Editorial Andrés Bello, 2007.
- Montero, Arturo; *Registro Jeneral de Patentes de Invención. 1840-1912*. Santiago, Ministerio de Industria i Obras públicas, 1913.
- Pinochet Le-Brun, Tancredo; *La conquista de Chile en el siglo XX*. Santiago, Imprenta, Litografía y Encuadernación La Ilustración, 1909.
- Pounds, Norman; *La vida cotidiana. Historia de la cultura material*. Barcelona, Crítica, 1999.
- Rinke, Stefan; *Cultura de masas: reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*. Santiago, Ediciones de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 2002.
- Sáiz González, J. Patricio; *Legislación Histórica sobre Propiedad Industrial. España (1759-1929)*. Madrid, Oficina Española de Patentes y Marcas.
- Salazar, Gabriel y Julio Pinto; *Historia contemporánea de Chile III. La economía: mercados empresarios y trabajadores*, volumen 3. Santiago, LOM Ediciones, 2002.
- Soto Cárdenas, Alejandro; *Influencia británica en el salitre. Origen, naturaleza y decadencia*. Santiago, Editorial Universidad de Santiago, 1998.
- Ossandón, Carlos y Eduardo Santa Cruz; *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de las masas*. Santiago, LOM Ediciones, 2005.

CHAPTERS OF BOOKS / CAPÍTULOS DE LIBROS

- Grez, Sergio; "Balmaceda y el Movimiento Popular". En: *La época de Balmaceda*. Santiago, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, 1992.
- Hachette, Dominique; "La economía chilena durante el siglo XX". En: *Chile: Historia y Presente. Una visión interdisciplinaria*, Alfredo Riquelme Segovia (editor). Santiago, Vicerrectoría Académica, Pontificia Universidad Católica de Chile, 1996.
- Hachette, Dominique; "La reforma comercial". En: Larraín, Felipe y Rodrigo Vergara (editores); *La transformación económica de Chile*. Santiago, Centro de Estudios Públicos, 2001.
- Palmarola, Hugo; "Chile. Diseño Industrial". En: *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía*. Sao Paulo, Editorial Blucher, 2008.
- Palmarola, Hugo; "Productos y socialismo: Diseño industrial estatal en Chile". En: Claudio Rolle (editor); 1973. *La vida cotidiana de un año crucial*. Santiago, Planeta, 2003.
- Sin autor; "Un efectivo aporte a la industria chilena. El Servicio de Cooperación Técnica Industrial y los nuevos sistemas de producción". En: *Medio siglo de Zig-Zag. 1905-1955*. Santiago, Empresa Editora Zig-Zag, 1955.

Sin autor; "Mademsa aporta su decidida colaboración a la industrialización del país". *En Viaje*, N° 167, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, septiembre 1947.

Sin autor; "Notas. Publicaciones para el sector industrial". INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, N° 4, Santiago, junio 1973.

Sin autor; "Notas. Servicio de patentes extranjeras". INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, N° 3, Santiago, diciembre 1972.

Sin autor; "Realizaciones y propósitos de la Corporación de Fomento de la Producción. Chile está en los umbrales de una nueva etapa económica". *En Viaje*, N° 148, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, febrero 1946.

Sin autor; "Servicios de documentación e información que ofrece INTEC". INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, N° 2, Santiago, junio 1972.

Valenzuela, José; "Apuntes sobre la política de acción del INTEC". INTEC, *Revista del Comité de Investigaciones Tecnológicas de Chile*, N° 1, Santiago, diciembre 1971.

"Valiosa cooperación". *Industria, Boletín de la Sociedad de Fomento Fabril*, año LV, N° 12, Santiago, diciembre 1938.

THESES OR REPORTS / TESIS O MEMORIAS

Barros Luco, Ramón; "Codificación rural. Importancia de un código sobre esta materia". Memoria de prueba para optar al grado de Licenciado en Leyes, leída el 5 de noviembre de 1858. En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858.

Farah Rabbah, Jorge; "Marcas comerciales". Memoria de prueba para optar al grado de Licenciado. Santiago, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Chile, 1950.

Hunneus, Jorge; "Derecho público y de gentes. Condición del extranjero en Chile, comparada con la del mismo en Inglaterra y Francia". Memoria de prueba para obtener el grado de Licenciado en leyes, leída el 2 de diciembre de 1858. En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858.

Muñoz Astaburuaga, Raquel; "Marcas comerciales". Memoria de prueba para optar al grado de Licenciado en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de Chile, Santiago, 1936.

OTHER DOCUMENTS / OTROS DOCUMENTOS

Aguirre Cerda, Pedro; *El problema industrial*. Santiago, Prensas de la Universidad de Chile, 1933.

Balmaceda, José Manuel; "Mensaje al Congreso", 01-07-1889.

"Chile es un gran país con un gran futuro". *En Viaje*, N° 201, Santiago, Empresa de Ferrocarriles del Estado, julio 1950, retiro de la portada.

Corporación de Fomento de la Producción; Plan de Fomento Industrial. Santiago, Imprenta Universo, 1939.

Fontecilla, Pedro Eliodoro; "Discurso de recepción del Licenciado don p. eliodoro fontecilla, miembro de la Facultad de Medicina de la Universidad, leído en la sesión del 26 de marzo de 1858". En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858.

Informe de Instalación Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Santiago, INAPI, 2009.

Informe económico para América Latina 1969. CEPAL, 1970.

"informes/instrucción superior". En: *Anales de la Universidad de Chile*, tomo XV, Santiago, Imprenta del Ferrocarril, 1858.

Katz, Jorge; "Pasado y presente del comportamiento tecnológico de América Latina". CEPAL, *Serie Desarrollo Productivo*, N° 75, 2000.

Marketing Hall of Fame, N° 1, Santiago, 2003.

Monsalves, Marcelo; "Las PYME y los sistemas de apoyo a la innovación tecnológica en Chile". CEPAL, *Serie Desarrollo Productivo*, N° 126, Santiago, 2002.

Organización Mundial de Propiedad Intelectual; World Intellectual Property Indicators 2010. OMPI, septiembre 2010.

Orrego, Claudio y Araya, Rodrigo; "Internet en Chile: oportunidad para la participación ciudadana". *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*, colección Temas de Desarrollo Sustentable, 2002.

Pequeña Industria y Artesanía en Chile.

Santiago, Consejería Nacional de Promoción Popular, 1968.

DECREES, LAWS AND REGULATIONS / DECRETOS, LEYES Y NORMAS

DL N° 588, de 1925.

DL N° 958, sobre Propiedad Industrial, del 8 de junio de 1931. Publicado en el Diario Oficial con fecha 27-07-1931.

DFL N° 6-4817, del 26 de agosto de 1942. Publicado en el Diario Oficial con fecha 09-09-1942.

Ministerio de Economía y Comercio; "Aprueba Reglamento Orgánico de la Subsecretaría de Comercio e Industrias del Ministerio de Economía", Decreto N° 747, del 3 de julio de 1953. Publicado en el Diario Oficial con fecha 26-08-1953.

Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; "Crea Departamento de Propiedad Industrial y delega atribuciones en el Jefe de ese Departamento". Resolución N° 299, del 6 de mayo de 1966. Publicada en el Diario Oficial con fecha 30-05-66.

Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción; "Traspasa atribuciones que indica a la Dirección de Industria y Comercio y a la Dirección de Turismo", DFL N° 914, del 24 de julio de 1968. Publicado en el Diario Oficial con fecha 22-08-68.

PATENTS / PATENTES

- Solicitud N° 510, del 15 de octubre de 1881.
- Solicitud N° 9413, del 17 de marzo de 1942. Publicada en el *Diario Oficial* con fecha 18-04-42.
- Solicitud N° 209-9948, del 16 de junio de 1944. Publicada en el *Diario Oficial* con fecha 15-07-44.
- Solicitud N° 10208, del 4 de mayo de 1945. La Patente de Invención, fue concedida el 31 de diciembre de 1945.
- Solicitud N° 11359, del 19 de agosto de 1946. La Patente de Invención fue concedida el 30 de septiembre de 1948.
- Solicitud N° 12240, del 6 de julio de 1950. La Patente de Invención fue concedida el 18 de enero de 1951.
- Solicitud N° 12360, del 14 de noviembre de 1950. La Patente de Invención fue concedida el 23 de mayo de 1951.
- Solicitud N° 13804, del 1 de julio de 1954. La Patente de Invención fue concedida el 1 de septiembre de 1954.
- Solicitud N° 15672, del 16 de agosto de 1956. La Patente de Invención fue concedida el 2 de julio de 1958.
- Solicitud N° 18680, del 19 de junio de 1962. La Patente de Invención fue concedida el 30 de octubre de 1963.
- Solicitud N° 616-2004, del 24 de marzo de 2004.
- Solicitud N° 3350-04, del 31 de diciembre de 2004.
- Solicitud N° 2754-05, del 19 de octubre de 2005.

WEBSITES / SITIOS WEB

- Pavel, Andreas; "High fidelity stereophonic reproduction system". En: Google Patents: Estados Unidos, Patente de Aplicación N° 4.412.106, del 25 de octubre de 1983.
- <http://www.achipi.cl>
- <http://www.bibliojuridica.org>
- <http://www.dipres.cl>
- <http://innovaconsulting.com.ar>
- <http://www.wipo.int>

ACKNOWLEDGMENTS / AGRADECIMIENTOS

To the World Intellectual Property Organization (WIPO), particularly to its Director General, Mr. Francis Gurry, and the Cooperation for Development Bureau for Latin America and the Caribbean, whose funding made part of the first edition of this book printing possible.

To the Head of the Department of Intellectual Rights of the Direction of Libraries, Archives and Museums, Mr. Claudio Ossa.

To the teams of INAPI's Trademarks Directorate; Patents Directorate; Legal Directorate; Transfer of Knowledge Directorate; Institutional Strategy Division; Division of Administration and Finances; Operations Division, Communications Department; International and Policy Department; and Legislative Department.

To all those who have, in one way or another, contributed to the development of this publication, and especially to:

Adán González, Álvaro González, Andrea Gutiérrez, Carlos Peña, Cristián Gómez, Daniella Fuentes, Darío Sánchez, Eugenia Henríquez, Ernesto Manríquez, Henry Crew, Jorge Olivares, Juan Ángel Correa, Lilian Díaz, Lorena Mansilla, Manuel Hidalgo, María José Díaz, María Magdalena Urrutia, Marta Aspe, Mauricio Díaz, Mauricio San Juan, Miriam Ruilova, Mónica Clavo, Mónica Meléndrez, Nicole Chijner, Paola Olguín, Patricia Rivera, Patricio Guzmán, Rosa Farías, Rosa Sandoval, Scarlett Wojciechowski, Tomás Morales, Vicente Durán, Viviana Sepúlveda, Viviana Troncoso, Cristóbal Jara, Rommy Castro, Carolina Figueroa.

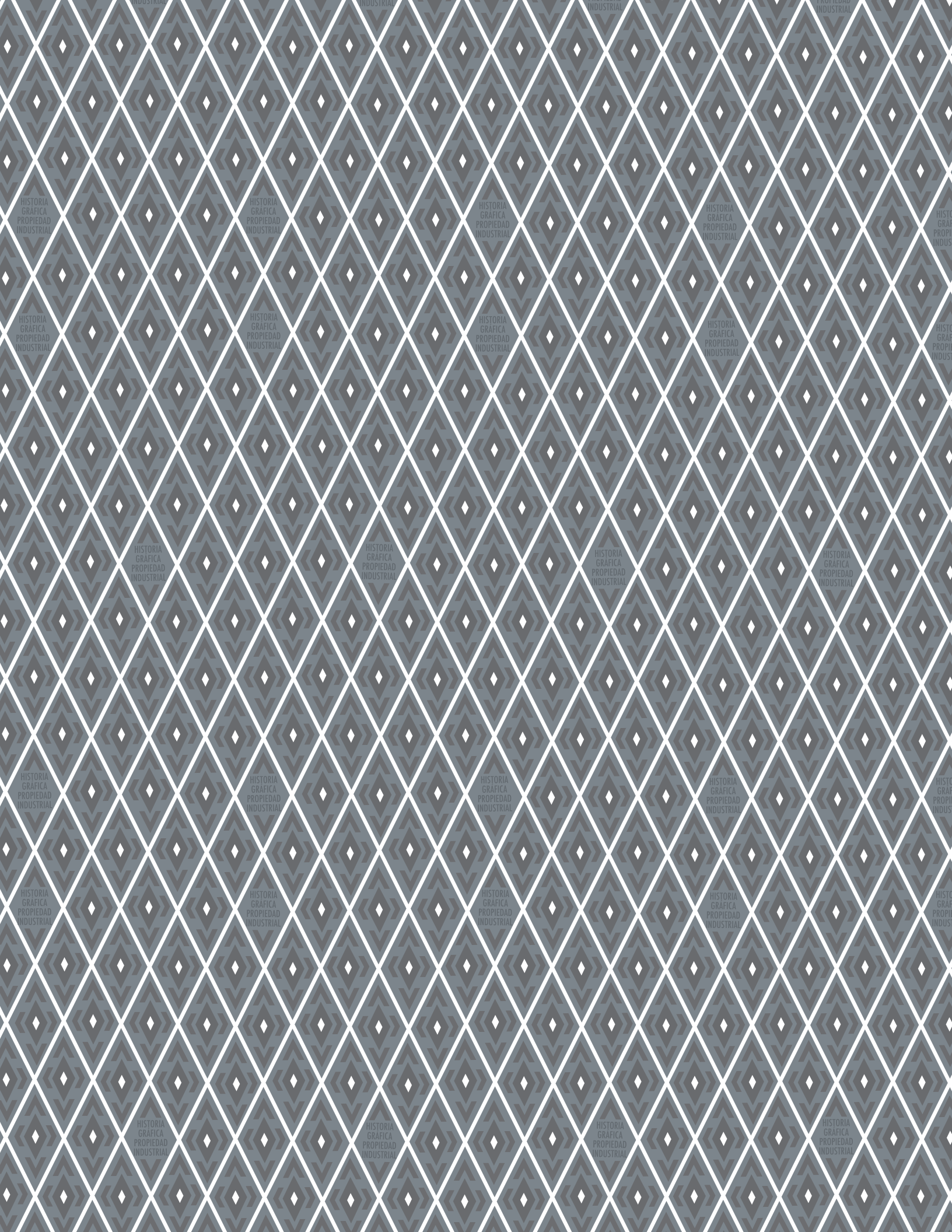
A la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en particular a su Director General, Sr. Francis Gurry, y a la Oficina de Cooperación para el Desarrollo para América Latina y el Caribe, cuyo financiamiento hizo posible gran parte de la impresión de este libro.

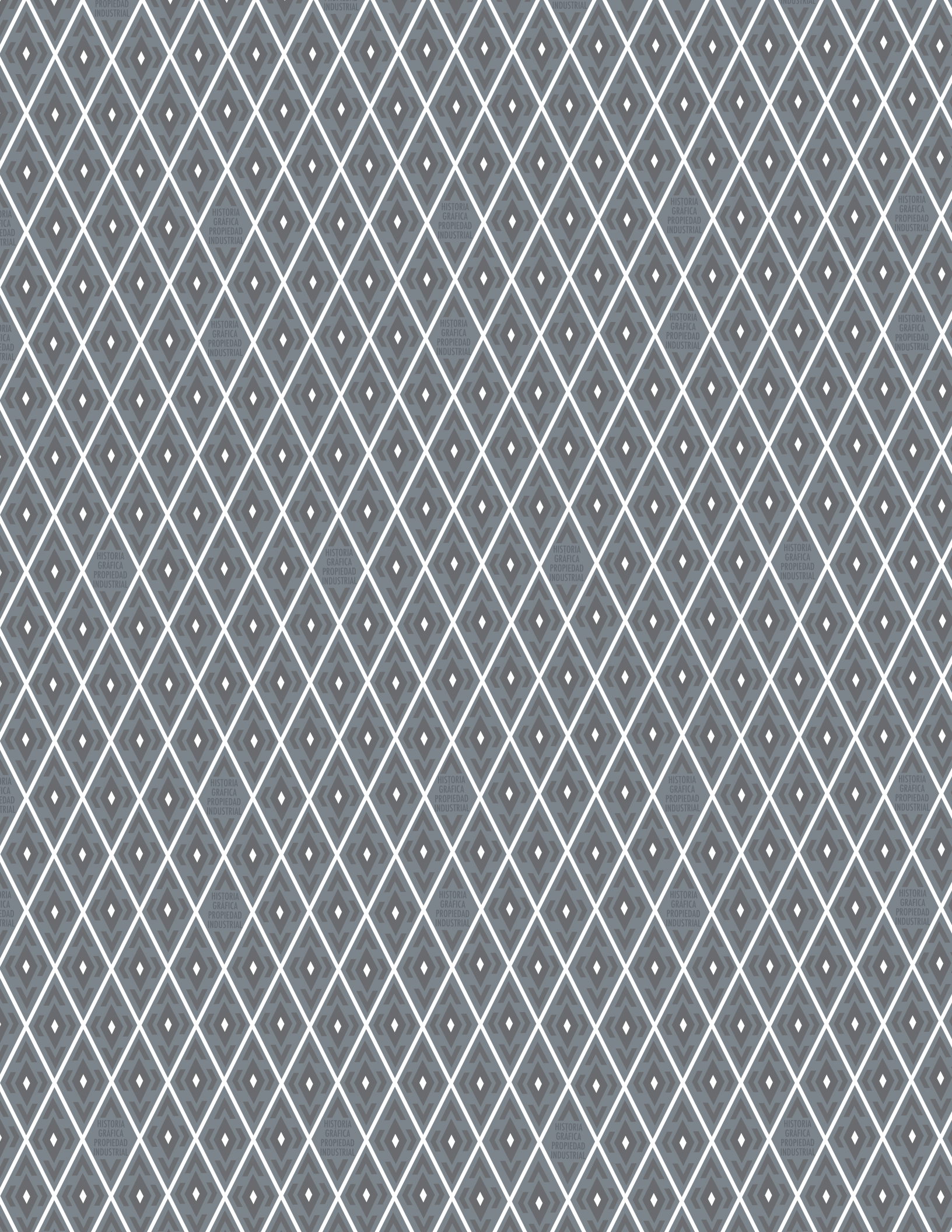
Al Jefe del Departamento de Derechos Intelectuales de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, Sr. Claudio Ossa.

A los equipos de la Subdirección de Marcas; Subdirección de Patentes; Subdirección Jurídica; Subdirección de Transferencia de Conocimiento; División de Desarrollo; División de Administración y Finanzas; Departamento de Comunicaciones; Departamento de Estudios y Políticas Públicas; Departamento Internacional y Departamento Legislativo de INAPI.

A todos quienes de una u otra forma entregaron su aporte al desarrollo de esta publicación, en especial a:

Adán González, Álvaro González, Andrea Gutiérrez, Carlos Peña, Cristián Gómez, Daniella Fuentes, Darío Sánchez, Eugenia Henríquez, Ernesto Manríquez, Henry Crew, Jorge Olivares, Juan Ángel Correa, Lilian Díaz, Lorena Mansilla, Manuel Hidalgo, María José Díaz, María Magdalena Urrutia, Marta Aspe, Mauricio Díaz, Mauricio San Juan, Miriam Ruilova, Mónica Clavo, Mónica Meléndrez, Nicole Chijner, Paola Olguín, Patricia Rivera, Patricio Guzmán, Rosa Farías, Rosa Sandoval, Scarlett Wojciechowski, Tomás Morales, Vicente Durán, Viviana Sepúlveda, Viviana Troncoso, Cristóbal Jara, Rommy Castro, Carolina Figueroa.





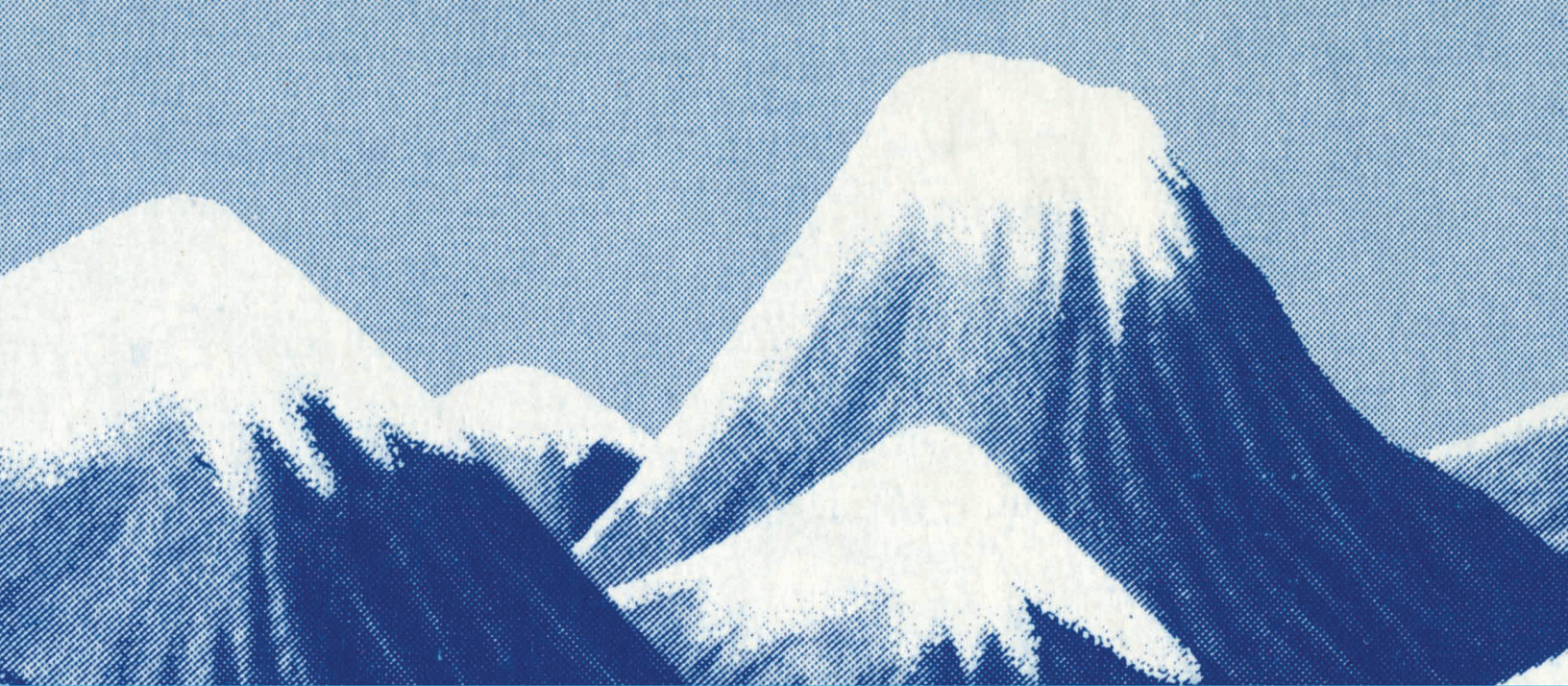


GRAPHIC HISTORY OF
INDUSTRIAL PROPERTY IN CHILE

This book was printed in September 2015 in the workshops of Ograma Printers. The following fonts were used in its composition: Australis, for the block of text, captions and notes; Antu for pictures readings, and Antu Extra Bold, for titles, designed in Chile by the typographers Francisco Galvez and Rodrigo Ramírez.

HISTORIA GRÁFICA DE LA
PROPIEDAD INDUSTRIAL EN CHILE

Este libro se terminó de imprimir en diciembre de 2010 en los talleres de Puerto Madero Impresores. En su composición fueron utilizadas las siguientes fuentes tipográficas: Australis, para el bloque de texto, subtítulos y notas; Antu, para las lecturas de fotos, y Antu Extra Bold, para títulos, diseñadas en Chile por los tipógrafos Francisco Gálvez y Rodrigo Ramírez.



This publication addresses the historical evolution of the Industrial Property in Chile across two hundred years of progress, from its beginnings in the nineteenth century until today, examining issues such as the development of trademarks, patents, utility models, industrial designs, appellations of origin and geographical indications, as testimony to the commercial, productive and innovative country's progress.

Esta publicación aborda la evolución histórica de la Propiedad Industrial en Chile a través de doscientos años de avances, desde sus albores en el siglo XIX hasta la actualidad, examinando aspectos como el desarrollo de las marcas comerciales, las patentes de invención, los modelos de utilidad, los diseños industriales, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, en tanto testimonio del progreso comercial, productivo e innovador del país.

