



Aprende Cómo Proteger tu Marca

¿Sabías que sólo tres de cada cinco solicitudes de registro son completadas correctamente ante el IMPI?, es muy importante que conozcas los principales factores que debes considerar al definir la [identidad de tu empresa](#) y sobre todo como protegerla.

Seguramente que cerca de tu casa haya algún negocio de comida que se llame “El Rinconcito del Sabor” y es muy probable que al escuchar ese nombre pensarás en una comida sabrosa; pues por ello es impórtate que al iniciar un negocio registres el nombre que lo distingue, y le des más valor a la confianza de tu marca.

La [Organización Mundial de la Propiedad Intelectual](#) (OMPI) explica que “El registro de una marca es sinónimo de protección, especialmente en los casos en que exista un conflicto con una marca idéntica o tan similar que pueda causar confusión”. En México, el organismo encargado de estos registros de marca y patente es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), en el siguiente video nos muestra más de este importante instituto:



Muchos empresarios registran el nombre comercial de su empresa ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y creen que eso los [protege la marca](#), pero esto es incorrecto, por ello debes distinguir entre lo que es el nombre comercial y la marca.



La OMPI detalla que el nombre comercial es el nombre corto de la empresa por ejemplo: “[NominaPro](#)”, mismo que generalmente va coordinado con la marca y la imagen de la empresa. La razón social es el nombre completo, como por ejemplo: “Servicios de [Maquila de Nómina](#) S.A. de C.V.”, las abreviaturas en este caso denotan el carácter jurídico de las compañías.

En comparación una marca es el signo distintivo del producto de una empresa, que refleja su identidad para con los clientes, por ello es muy importante no solo posicionarla sino cuidarla y, la única forma es a través de un registro de marca.

Estas son algunas claves para el registro de tu marca sea exitoso según la OMPI:

- Comprueba que la marca elegida cumpla con los [requisitos legales de registro](#).
- Realiza una investigación de marcas registradas para asegurarte que no sea idéntica a ninguna otra.
- Asegúrate que la marca sea fácil de leer, escribir, deletrear y recordar, y que se preste a todo [tipo de medios publicitarios](#).
- Asegúrate de que el nombre no tenga connotaciones negativas en tu idioma o en otro idioma de un país que pueda ser un mercado potencial de exportación.
- Comprueba antes la posibilidad de [registrar el nombre de dominio de Internet](#), eso facilitará el posicionamiento de tu marca en medios electrónicos.

Por otro lado, debes tener en cuenta que el no registrar tu marca puede traer problemas en el futuro. Recordemos que una marca no solo es un nombre o logotipo que permite como empresa que el público distinga el producto o servicio y que te posicione en el mercado, sino que también representa un activo de la empresa que tienes que resguardarlo, prácticamente el registro representa una seguridad jurídica.

Tu principal beneficio al proteger tu marca será que tendrás uso exclusivo sobre ese nombre y nadie podrá pedirte que te abstengas de usarlo. Debes saber que, lo que ampara la marca es el concepto, título y logotipo. Inclusive si alguien empieza a usar el nombre de tu marca, puedes acudir al IMPI y éste puede emitir una sanción de hasta 20 días de salario mínimo.

Considera que la vigencia de una marca es de 10 años y tienes 6 meses anteriores y posteriores para renovar, su costo aproximado es de \$ 2,661 pesos por proteger tu marca, México es uno de los países que menos cobra por este registro.



En contraste, México es el tercer país que registra más [violaciones de derecho de autor](#), sólo después de Chile y Rusia, las industrias más afectadas son la cinematográfica, de software y ropa, pero la industria publicitaria no se queda atrás, por este motivo es recomendable proteger todos los elementos de la marca.

Por ello para que tu solicitud este correctamente formulada, el IMPI recomienda estos 10 sencillos pasos:

1. Marcar en el recuadro correspondiente de la solicitud el tipo de signo distintivo que se quiere registrar, que en este caso es una marca.
2. Anotar a nombre de quien se registrará la marca (al personal o al de la empresa). En caso de ser varios propietarios hay que anotar todos los nombres separados con comas, la nacionalidad, un domicilio y un teléfono.
3. Indicar el domicilio en México para recibir notificaciones.
4. Señalar el [tipo de marca](#) que se quiere registrar (nominativa, innominada, tridimensional o mixta). Las palabras y los diseños tienen que ser muy distintivos, originales, novedosos y únicos. Además se debe especificar desde cuándo se usa la marca o si no se ha usado.
5. Designar que producto (s) o servicio (s) se quiere distinguir con la marca, anotando el número de la clase a la que corresponden. Una clase es un conjunto de productos o servicios que guardan una relación entre sí, o que tienen una característica común en función de su utilidad o uso. Actualmente son 45 clases (34 para productos y 11 para servicios).
6. Determinar la ubicación del establecimiento o negocio, así como si se cuenta con varias sucursales, es suficiente con señalar el domicilio de una de éstas.
7. Anotar las leyendas y figuras que no quiere registrar y que aparecen en las etiquetas, por ejemplo: contenido neto, ingredientes, talla, la figura del código de barras o la leyenda de “Hecho en México”.
8. Si tu solicitud fue hecha en otro país, anotar el país de origen, la fecha de presentación, y si se sabe, el número que le asignaron a la solicitud en el extranjero. Después de llevar la solicitud, se tienen únicamente 3 meses más para presentar la copia certificada de la solicitud de registro extranjera junto con su traducción (según el caso).
9. En aquellos casos de [marcas innominadas](#), tridimensionales o mixtas, hay que pegar la etiqueta o impresión fotográfica, según el caso, la cual no debe ser mayor a 10 x 10cm; ni menor a 4 x 4cm.
10. Finalmente, escribir el nombre del solicitante o de su mandatario y su firma autógrafa, el lugar, fecha y listo.



Además de la solicitud y el comprobante de pago, se debe presentar un documento sobre las reglas de uso, licencia, transmisión de derechos y limitación de productos; la fe de hechos en caso de que haya solicitado la publicación de un nombre comercial, la cual debe contener y coincidir con la solicitud, así como la copia certificada de la solicitud de registro presentada en otro país, para efecto de reconocer la fecha legal extranjera.

Por último te decimos lo que no se puede registrar como marca, y es que considerando el amplio catálogo de marcas, sería sencillo proteger alguna en específico y prohibir el uso de la misma, por ello ante esa posibilidad, se han hecho algunas excepciones como son las siguientes:

- Nombres técnicos o de uso común: “antro”, “espejo”, etc.
- Letras, dígitos y colores aislados: “A”, “1”, “@” etc.
- Denominaciones geográfica y los mapas, ejemplo: “América Latina”, “Trópico de Cáncer”, etc.

Estos son algunos tips para elegir tu nombre de marca:





<p>Marcas Neológicas</p> <p>Están compuestos esencialmente de un significado único y propio usualmente no tienen mucho sentido si se toma en un contexto aparte de la marca con la que se está asociando. Marcas únicas y eficaces.</p>	<p>AMARILLO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Optimismo · Claridad · Calidez <p>· Crea rápida atención en escaparate</p>
<p>Marcas Acuñadas</p> <p>Se trata de palabras inventadas sin ningún significado real en ningún idioma. Las palabras acuñadas tienen la ventaja de resultar fáciles de proteger por ser únicas. Necesitan mayor publicidad.</p>	<p>NARANJA</p> <ul style="list-style-type: none"> · Amistoso · Confidente · Festivo <p>· Agresivo, usado en "ventas o rebajas"</p>
<p>Marcas Históricas</p> <p>Nombres que son fieles a la historia de la marca o de sus fundadores. Hay momentos en los que se requieren estos nombres y puede funcionar si el nombre o la historia de la empresa tiene una buena reputación.</p>	<p>ROJO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Excitante · Juvenil · Audaz <p>· Enérgico, usado en las "últimas rebajas"</p>
<p>Marcas Metafóricas</p> <p>Son nombres divertidos dado que las metáforas son figuras retóricas que expresan una idea a través de otro objeto, estas marcas a menudo se reducen a un nombre fuerte que expresa una idea completa.</p>	<p>VERDE</p> <ul style="list-style-type: none"> · Saludable · Pacífico · Prestigioso <p>· Usado para relajar en las tiendas</p>
<p>Marcas Genéricas</p> <p>Un nombre comercial genérico es simplemente un nombre común para los productos o servicios que la empresa ofrece. Este tipo de marca se toma muy poca creatividad o conocimiento de evocar.</p>	<p>AZUL</p> <ul style="list-style-type: none"> · Confiabilidad · Seguridad · Fuerza <p>· Usado por bancos y productos médicos</p>
<p>Marcas Descriptivas</p> <p>Son las que describen directamente al producto o servicio que identifican o a sus características y atributos. Los nombres descriptivos son usualmente difíciles para crear una marca registrada.</p>	<p>ROSA</p> <ul style="list-style-type: none"> · Romántico · Femenino · Delicado <p>· Usado en productos para mujeres y niñas</p>
<p>Marcas Sugestivas</p> <p>Estas son marcas que hacen referencia a uno o varios de los atributos del producto. La ventaja de las marcas sugestivas reside en el hecho de que funcionan como publicidad en sí mismas.</p>	<p>MORADO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creativo · Espiritual · Sabio <p>· Suave, usado en productos de belleza</p>
<p>Marcas Arbitrarias</p> <p>Se trata de marcas que consisten en palabras que tienen un significado real. No obstante, el significado de dichas palabras no tiene relación con el producto en sí o con ninguna de sus cualidades.</p>	<p>NEGRO</p> <ul style="list-style-type: none"> · Atemporal · Sofisticado · Poderoso <p>· Pulcro, usado en productos de lujo</p>
<p>www.behance.com/puckypuff</p>	<p>www.puckypuff.com</p>



Por último, les dejamos una interesante conferencia dada en la Semana del Emprendedor en la que nos hablan del registro de la marca de la voz de una experta en el tema:



Fuente Original: www.seremprendedor.com.mx/aprende-como-proteger-tu-marca