



1.

MONTSERRAT LOZANO

MARCAS



Las marcas otorgan distintividad a un producto o servicio determinado y ofrecen una ventaja competitiva a quienes las usan. Las marcas se encuentran reguladas por la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial. Esta Ley define a las marcas como "todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado", y establece lo que se requiere para que una marca se pueda registrar. Las marcas deben ser distintivas y originales, es decir que deben diferenciar al producto o servicio que amparan de otros productos o servicios similares, y deben ser diferentes a cualquier marca registrada para un producto o servicio similar.

Son registrables como marca las denominaciones, letras, números, figuras, combinaciones de colores, hologramas, formas tridimensionales, nombres, sonidos, olores y otros elementos de imagen u operativos. Las marcas se pueden clasificar en 3 tipos nominativa, innominada y mixta. Las marcas nominativas identifican su producto o servicio por medio de una denominación formada por palabras, letras o números. Las marcas innominadas identifican su producto o servicio a través de una imagen, figura o diseño. Cuando una marca tiene ambos elementos nominativos e innominados, se considera una marca mixta.

2.

MARCELA VALDÉS

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN DE VIABILIDAD DE LAS MARCAS.



Previo a la solicitud de registro de marca es importante realizar una investigación respecto a la viabilidad de la marca que se pretende registrar, lo anterior para verificar si no existe alguna marca registrada cuya denominación sea idéntica o fonéticamente similar a la marca que se desea registrar y que pudiera representar un impedimento para el registro.

El estudio de viabilidad de marcas se hace para determinar su registrabilidad, es decir qué tan probable es que se le conceda la protección por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

Se hace para evitar entorpecimientos en los trámites de solicitud, como citas de impedimento por parte del IMPI por motivos de anterioridad, impedimentos legales o falta de cumplimiento de requisitos de forma. Para determinar la viabilidad de una marca se hace una investigación exhaustiva, comparando la marca que se pretende registrar con otros signos distintivos registrados bajo la misma clase de productos o servicios, cuyos elementos puedan considerarse fonéticamente similares a los de la marca solicitada. Los elementos que se analizan son la denominación de la marca, el logo o elemento gráfico (si es que cuenta con el) y la clase de producto o servicio de que se trate según la clasificación del Arreglo de Niza de 1957.

3.

MARIAN OCHOA

DECLARACIÓN DE USO DE MARCA



La declaración de uso real y efectivo de marca es una medida implementada por el IMPI a partir del 10 de agosto del 2018, que tiene el propósito de proteger y promover el uso adecuado de las marcas registradas en México. Para todos aquellas marcas con fecha de registro posterior a la mencionada, es requisito presentar una solicitud de declaración de declaración de uso real y efectivo ante el IMPI. Esta declaración debe hacerse 3 años después de la fecha en que fue otorgado el registro de marca, contando los titulares con un plazo de 3 meses para presentar la declaración. Si se cumple con este requisito, seguirá corriendo el periodo de vigencia y la marca quedará protegido hasta el cumplimiento de 10 años a partir de la fecha de su registro. De lo contrario, la concesión caducará de pleno derecho y se perderá el uso exclusivo de la marca, quedando desprotegida y con posibilidad de ser registrada por otro titular.

Al requerir que los titulares demuestren el uso real de sus marcas, el IMPI busca evitar el registro de marcas ocioso, que resulten de un mero trámite sin usarse como herramienta de actividad comercial efectiva. Por lo tanto, esta práctica ayuda a mantener el registro de marcas actualizado y garantiza que las marcas registradas estén vinculadas a actividades comerciales genuinas, lo que a su vez evita prácticas de competencia desleal y beneficia a los consumidores al asegurar que las marcas representan productos o servicios reales en el mercado.

4.



MARIAFERNANDA GARZAFX

RENOVACIÓN DE MARCA



De acuerdo a lo que establece la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, las marcas tienen una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha de su registro. Cumpliéndose ese plazo, la concesión de protección sobre estas caduca y la marca se vuelve parte del dominio público, habilitando el uso y registro a cualquiera. Por otro lado se debe de considerar que los registros de marca son prorrogables, por lo cual, podrán ser renovados mediante una solicitud de renovación la cual debe ser presentada ante el IMPI.

Las solicitudes de renovación deben de ser presentadas 6 meses antes de la fecha de caducidad del registro, sin embargo, el IMPI dará trámite a las solicitudes que sean presentadas durante el periodo de gracia, el cual dura 6 meses, según lo mencionado en el artículo 79 de la misma Ley. Es importante mencionar que la solicitud de renovación deberá ir acompañada de una segunda declaración que ampare el uso real y efectivo del signo distintivo, señalando los productos o servicios que este protege. Al ser renovado el registro, la marca quedará protegido por 10 años adicionales, debiéndose presentar una Solicitud de Renovación y declaración de uso real y efectivo de nuevo al término de la concesión, si así se desea.

