

COMO REGISTRAR MI MARCA

Las funciones principales de la marca son diferenciar un producto o servicio de otro de la misma naturaleza, y dar a conocer su origen empresarial. La utilidad de una marca consiste en que una vez que el producto identificado con la marca ha sido reconocido y acogido por sus beneficios, sea precio, calidad o utilidad (o todos ellos), el consumidor pueda solicitar nuevamente el producto de su agrado, gracias a la marca que lo identifica.

Desde luego debemos observar que cualquier persona natural o jurídica puede ofrecer productos o servicios en el mercado, de manera que no necesariamente ha de ser una sociedad comercial, puesto que las personas jurídicas sin fines de lucro también pueden ser titulares de marcas registradas, así como los extranjeros, sin ninguna distinción o discrimen.

Debido a que una de las funciones principales de una marca es distinguir los distintos productos, el nombre escogido tiene que ser suficientemente distintivo, es decir, que sirva para cumplir con sus funciones principales de diferenciación del producto e indicación de su origen empresarial. Está prohibido el registro como marca de la designación usual o genérica del producto o servicio que se quiere distinguir, pues no existiría distinción o identificación alguna al utilizar como marca el nombre propio del producto o servicio. Por ejemplo la palabra "MAÍZ" no puede usarse para distinguir al producto maíz, o las siglas "DVD" en nada ayudarían para distinguir la calidad y origen del tipo de aparatos a los que generalmente llamamos con esas letras.

Las marcas más impactantes y famosas se han desarrollado gracias a su originalidad, pero también a la utilidad y calidad del producto, por ejemplo la marca "apple" o manzana –en castellano– es la marca emblemática y original que identifica a las famosas computadoras que en su momento asombraron a la industria por su simplicidad operativa o fácil manejo.

Las palabras que no tienen ningún significado son más difíciles de posicionarse en la mente del consumidor –según explican los expertos–. Pueden utilizarse prefijos o sufijos que provengan del nombre del producto o de alguna de sus cualidades –con lo que se facilita su memorización en el público–, pero cuya combinación configure una palabra distintiva y novedosa, como por ejemplo: "PROFIT"; el prefijo "PRO" nos da la idea de colaboración o apoyo a algo, mientras que "FIT" viene del inglés y nos brinda la idea de sano. Suele acudir a palabras que evoquen alguna característica secundaria del producto o servicio, junto a algún comienzo o terminación que le confiera distintividad, singularidad y perceptibilidad como por ejemplo. A la hora de componer una marca siempre será preferible contar con ayuda especializada, pues en mucho cuenta lo atractiva que puede ser una denominación y la publicidad que en torno a ella se pueda desarrollar.

Como vemos, el signo que se pretende registrar como marca debe cumplir con un proceso de análisis previo, para verificar si cumple los requisitos de distintividad que le permitan ser registrada.

Una vez que se ha escogido el signo adecuado para distinguir el producto (palabras o combinación de palabras, gráficos y números etc.), el siguiente paso será comprobar que otra persona o empresa no haya registrado o solicitado con anterioridad un signo igual o semejante, al escogido.

Recuerde que la marca registrada o la solicitud anterior, le da el derecho al propietario de la marca o al solicitante, para "oponerse" e impedir el registro de marcas similares o parecidas a la suya, siempre que se apliquen a productos idénticos o relacionados a los que distingue la marca registrada.

Una vez solicitadas las marcas, un extracto de todas las solicitudes (con datos como el nombre de la marca, los productos que identificará, el solicitante, etc.), es publicado en la Gaceta de la Propiedad Intelectual, para que aquel que se crea perjudicado pueda oponerse y defender de

esa manera sus derechos. Eso es lo que jurídicamente conocemos como “oposición” al registro.

Antes de solicitar el registro de una marca será necesario realizar una búsqueda de marcas registradas en el INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI), que certifica si el nombre escogido no ha sido previamente solicitado o registrado antes por otra persona.

Efectuada la búsqueda y contando con un resultado favorable, será pertinente llenar la solicitud de registro de marca, que también requiere una asesoría especializada. El órgano administrativo competente para conocer los procesos de registro es el Director Nacional de Propiedad Industrial, que efectúa un cobro en concepto de tasa gubernamental.

El proceso toma de cuatro a seis meses, dependiendo si existen o no oposiciones; independientemente de que esto ocurra –que existan oposiciones o no–, en todos los casos la Autoridad tiene la obligación de velar porque las marcas solicitadas sean distintivas y cumplan con las formalidades y requisitos legales.

Una vez que el IEPI resuelve otorgar el registro de una marca, se debe pagar una tasa a fin de que este organismo emita el título correspondiente. Si bien los derechos al uso exclusivo de la marca se adquieren en virtud del registro, la persona que solicita la inscripción, ya tiene el derecho de impedir que terceros registren posteriormente marcas iguales o parecidas a la suya, de manera que en base a su solicitud está habilitado para oponerse a solicitudes posteriores.