



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM VALLE DE CHALCO

PROGRAMA EDUCATIVO
DISEÑO INDUSTRIAL

UNIDAD DE APRENDIZAJE:
MERCADOTECNIA

UNIDAD DE COMPETENCIA II

NOMBRE DEL MATERIAL:
MARCA

PRESENTA:
DR. EN C.E. JOSÉ LUIS CASTILLO MENDOZA

Octubre 2017

ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

- ◉ UNIDAD 1 - Introducción a la Mercadotecnia
- ◉ **UNIDAD 2 - Estrategias de Producto y Precio**
 - 2.1 - Naturaleza del Producto
 - 2.1.1 – Clasificación
 - 2.1.2 - Marca, empaque, envase y embalaje**
 - 2.2 - Ciclo de Vida del Producto (CVP)
 - 2.3 - Segmentación, diferenciación y posicionamiento
 - 2.4 - Desarrollo de nuevos productos
 - 2.5 - Administración del portafolio de productos
 - 2.6 - Administración de precios
- ◉ UNIDAD 3 - Canales de distribución y punto de venta
- ◉ UNIDAD 4 - Comportamiento del consumidor
- ◉ UNIDAD 5 - Investigación de Mercados

CONTENIDO

Marca

Los derechos de la propiedad intelectual
- marca

Información sobre la protección de la
propiedad industrial

MARCA

Marca

Una marca ha sido siempre un signo de propiedad personal y se penaliza el uso indebido o la usurpación.



- Una marca (en inglés *brand*) es una identificación comercial primordial y/o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona y ofrece un producto o servicio en el mercado.



- El prestigio y reputación de una marca representa un factor de seguridad para el consumidor.



- Suele ser común en confundir los conceptos de logotipo con el de marca.
- La marca es el conjunto de signos distintivos de un producto o servicio.



- El logo es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general,



- ⦿ En diversos casos la marca identifica lo que esta circulando en el mercado.

- ⦿ Algunos ejemplos serian los siguientes:
 - ☐ Prefiero las papas Barcel.
 - ☐ *No cuenta con refresco de otra marca.*
 - ☐ *Prefiero los tenis de otra marca.*

- Es necesario hacer mención que con solo mencionar la marca, esta juega un papel importante en el cliente para su consumo o preferencia.



- Como sabemos la marca representa una imagen, en la que esta acostumbrado el consumidor y va mas allá del producto mismo.



- por ejemplo la marca
- **Vmw**



Lo precede un status diferente en comparación de otro auto, por consiguiente esta marca eleva sus precios por sus diferentes características.

- ⦿ Dentro de la industria, hay que mencionar que una variedad de productos traen la marca de fabrica, esta señal que se pone a los artículos.



- Las marcas de fábrica o de comercio tienen presencia en la vida cotidiana, desde un programa de televisión, en el metro, en camiones, en internet, la cual hacen que sea una valiosa herramienta.



Los derechos de la propiedad intelectual - marca

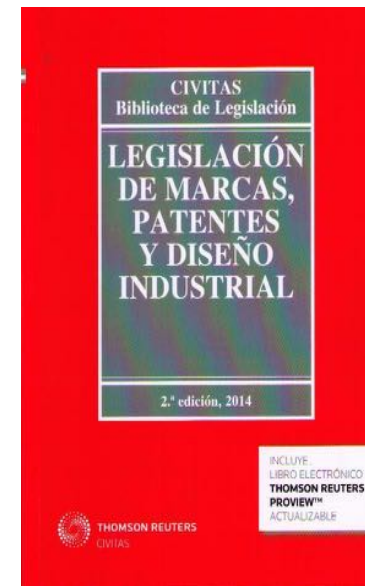
- ⦿ La propiedad intelectual hace referencia a los derechos exclusivos otorgados por el Estado sobre las creaciones del intelecto humano, en particular, las invenciones, las obras literarias y artísticas, y los signos y diseños distintivos utilizados en el comercio.

⦿ La propiedad intelectual se divide en dos categorías:

- ❑ Los derechos de propiedad industrial, entre los que figuran
 - ❑ Las patentes.
 - ❑ Los modelos de utilidad.
 - ❑ **Las marcas.**
 - ❑ Los diseños industriales.
 - ❑ los secretos comerciales.

⦿ La segunda en:

- ❑ Derecho de autor.
- ❑ Derechos conexos, que guardan relación con las obras literarias y artísticas.



- ⦿ Las marcas pueden consistir en palabras, letras, números, dibujos, fotos, formas, colores, etiquetas o combinaciones de estos elementos que se empleen para diferenciar el origen de los productos o servicios.



- En algunos países, los lemas publicitarios también se consideran marcas y se pueden registrar como tales en las oficinas nacionales de marcas.



- ⦿ Asimismo, cada vez son más los países que permiten el registro de formas menos tradicionales de marcas, tales como un único color, los signos tridimensionales (por ejemplo, la forma de un producto o su embalaje).

- Así como también protegiendo los signos sonoros (sonidos) y los signos olfativos (olores), y los nombres comerciales.



- ⦿ En algunos países las empresas del sector farmacéutico recurren a la protección de las marcas para proteger la forma o el color distintivos de los productos farmacéuticos (como las cápsulas o los comprimidos) y su embalaje.

- La protección de las marcas se obtiene mediante el **registro**, y en algunos países, también a través de su **utilización**.



- ⦿ Aun cuando las marcas puedan protegerse a través de su utilización, conviene que las empresas registren la marca presentando la solicitud adecuada en la oficina nacional o regional de marcas.



- Aunque puede variar la duración de la protección, en muchos países las marcas registradas están protegidas durante 10 años.



- El registro puede renovarse indefinidamente (por lo general, durante períodos consecutivos de 10 años) a condición de que se paguen las tasas de renovación en el plazo estipulado.



Información sobre la protección de la propiedad industrial y los procedimientos conexos en distintos países

- ⦿ Los derechos de propiedad industrial, como las patentes, las **marcas** y los diseños industriales, son “derechos territoriales” que se protegen mediante el registro o un procedimiento de concesión.



- ⦿ Esto significa que únicamente pueden hacerse valer en los países (por ejemplo, México).



- Los derechos de la propiedad intelectual también se establece por regiones (por ejemplo, los Estados miembros de la Unión Europea) en la cual que se haya establecido la protección y esta este vigente



- Por lo tanto, una empresa del sector farmacéutico que haya presentado debidamente una solicitud para proteger sus invenciones y marcas en el mercado nacional, y haya obtenido la protección que ofrecen las patentes, las **marcas** o los diseños industriales, carece de protección en los mercados de exportación.

- Es importante que las empresas que trabajan con los mercados de exportación conozcan la legislación de propiedad industrial, los reglamentos, las tasas y los procedimientos vigentes en esos mercados y que se aseguren de que sus derechos están protegidos en ellos.



- En el caso de las patentes, las marcas y los diseños industriales, los sistemas internacionales de presentación y registro administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) ofrecen mecanismos para solicitar la protección en varios países por medio de una única solicitud para cada tipo de derecho de propiedad industrial.

- En la mayoría de los países del mundo cuentan con legislación para proteger la propiedad industrial. A lo largo de los años, ha habido una importante armonización de la legislación en ese ámbito.



OMPI

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

- El registro de una marca otorga a la empresa el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o con una marca similar hasta el punto de crear confusión.



- ⦿ Las marcas protegidas también pueden cederse en licencia a otras empresas, proporcionando de esta manera una fuente de ingresos adicional para la empresa.
- ⦿ La adquisición de licencias brinda a las marcas la posibilidad de estar actualizadas por medio de la incorporación de diseños o personajes que están de moda.

◎ LEGO

Ésta marca de juguetes danesa caracterizada por tener bloques de plástico, ha incorporado juegos con la imagen de The Avengers, The Simpsons, Star Wars, Minecraft, Batman, James Bond, entro otras.



- ⦿ Electronic Arts es una compañía de Estados Unidos que distribuye videojuegos para ordenador y consolas, algunos de los personajes que ha incorporado en sus productos son jugadores de Fútbol en FIFA, Star Wars y Mi Villano Favorito con Minions.



- A fin de registrar una marca, los solicitantes están obligados a enviar o entregar un formulario de solicitud de marca debidamente complementado.

 INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (INPI) - REPUBLICA ARGENTINA SOLICITUD DE MARCA COLECTIVA					
AREA 1: SOLICITANTE					CANTIDAD DE TITULARES: <input type="text"/>
Apellido y Nombre o Razón Social del (S)ujeto (Completar solo uno de ellos, el resto en "ANEXO TITULARES")					
C.U.I.T.	Registro Nacional de Electores N°			% de Propiedad	
Autoridad que otorgó el Registro		Fecha	Folio N°	Libro	Tomo
Domicilios, direcciones y teléfonos:					
Domicilio real, Calle y N°		Puntos o Ejes y Localidad		C. Postal	Teléfono
Domicilio Legal Constituido en la Capital Federal: Calle, número (art. 19 Ley 22.362)					C. Postal
Datos de llenado obligatorio (tanto para personas físicas como jurídicas, nacionales o extranjeras):					
Dirección de Correo Electrónico			N° Fax	N° Teléfono	N° Telex
AREA 2: RENOVACION		<input type="text"/>			
AREA 3: CERTIFICADO DE PRIORIDAD		Fecha	Numero	Firma	¿Cosart (SI/NO)?

- ◉ El formulario debe tener los siguientes datos:
 - ❑ Los datos de la empresa.
 - ❑ Una ilustración gráfica de la marca (a veces se exige un formato específico).
 - ❑ Una descripción de los productos y servicios
 - ❑ El pago de las tasas correspondientes.

- ⦿ La empresa puede realizar directamente la búsqueda de marcas o contratar los servicios de un agente de marcas. Sea cual fuera el método elegido, es importante tener en cuenta que esa búsqueda es únicamente preliminar.

**Registro de
Marcas y Patentes**
ESTUDIO GERONA Y ASOC.

- ⦿ Si la oficina de registro considera que una marca es idéntica o similar hasta el punto de crear confusión con productos idénticos o similares de otra marca ya existente, será denegada o invalidada, según corresponda.

- ⊙ También pueden rechazarse las solicitudes por “motivos relativos” cuando la marca entra en conflicto con marcas ya existentes. La coexistencia de dos marcas idénticas (o muy similares) asignadas al mismo tipo de producto puede causar confusión entre los consumidores.

- El Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT) es el foro en que los Estados miembros de la OMPI examinan cuestiones jurídicas y de política relacionadas con la elaboración a escala internacional de leyes y normas sobre marcas.

- Cuando existen marcas similares o idénticas, la firma de acuerdos de coexistencia puede ser una solución mutuamente beneficiosa al problema.



- ⦿ Muchas empresas utilizan símbolos como ®, TM, SM, MD (*marque déposée*, en francés) o MR (marca registrada, en español) o símbolos equivalentes junto a su marca a fin de informar a los consumidores y a la competencia que la palabra, el logotipo u otro signo es una marca.



TM



dreamstime



- Es importante que vigile de cerca su utilización, ya que la marca es un elemento vital de la imagen de los productos de su empresa.



REFERENCIAS

- ◉ Mercadotecnia, Laura Fischer, Jorge Espejo, Mc Graw Hill, 2007
- ◉ Administración de Mercadotecnia, Ginkota Kotabe, Trillas, 2009
- ◉ Fundamentos de Marketing. Marcha, Williams J. 2007
- ◉ Legislación de marcas, patentes y diseño industrial, Ramon Morran Soldevilla, S. L. SIVITAS Ediciones, 2009

- ◉ <https://definicion.de/marca/>
- ◉ <http://www.wipo.int/trademarks/es/>
- ◉ http://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_pharma.htm
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=logo+de+bmw&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi8ksrlwPnWAhWj34MKHZIJAsIQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=q6wzAPBEfgEX6M:
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=marca&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjcy-WiyfjWAhVjr1QKHxJ1BOYQ_AUICygC&biw=136
- ◉ https://www.google.com.mx/search?q=logo&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjoybu57_jWAhUKilQKHZ0BBMwQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=_6&bih=662#imgrc=_

- https://www.google.com.mx/search?q=marca+de+fabrica&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjWnsWawfnWAhUFyoMKHUTIAFEQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgdii=3Qo_D_UfS0xdVM:&imgrc=Hkn9vo uWaKMBwM:
- https://www.google.com.mx/search?q=lema+publicitario&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwieor yyw_nWAhWJ5YMKHR9KBqkQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=OL9Qjq7HkmtVnM:
- https://www.google.com.mx/search?q=vw&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwih_f3VxPnWAhWD5oMKHdtEAWkQ_AUICigB&biw=1366&bih=662#imgrc=_ifDZSzio8OzYM:

- ⦿ https://cdn23.merca20.com/wp-content/uploads/2015/06/267380-ea_logo.png
- ⦿ https://www.google.com.mx/search?q=metro+df&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj2pruAxfnWAhWM14MKHaabDd0Q_AUICygC&biw=1366&bih=662#imgrc=Smd28CN6pVm7tM: