



...: C.P. ALEJANDRA  
ALVARADO MONTES

Contador Público  
Maestría en Impuestos  
Actualmente se desempeña en el área  
fiscal de Intelegis Country



Ha sido tan importante el aporte que ha dado la publicidad, que junto con ella ha dado origen a la mercadotecnia de las empresas, ambas han generado toda una cultura de consumo a través de la creación de marcas, las cuales podríamos considerar como la imagen estructural, que representa e identifica un producto o servicio. De esta forma se podría decir que literalmente el inicio de las marcas de consumo se originó a través de la publicidad, que se identifica a partir del siglo XVIII, con el apogeo de la prensa. El gran invento de Gutenberg inicia la gran alianza entre la publicidad y la prensa, que más tarde se extenderá a los carteles y revistas de moda.

En el S. XIX aparecen los primeros estudiosos técnicos y las agencias de publicidad y ya desde entonces se convierte en un negocio que genera muchas ganancias. Pero es a partir del S. XX que la actividad publicitaria alcanza su mayor apogeo, especialmente entre 1914 y 1945, que se le llama el período de entre guerras, potenciándose sobre todo a través del radio, la televisión y el cine, como nuevos receptores de los mensajes publicitarios. A finales del mismo siglo se ha intensificado la publicidad con innumerables variantes, ya que no sólo en los medios de comunicación se han extendido estas prácticas comerciales, sino que ha llegado a través del internet, de las nuevas ediciones de revistas y periódicos, a través incluso de los teléfonos celulares, de las nuevas pancartas llamadas espectaculares, incluso en los autobuses de servicio público y, por si fuera poco, en algunos bares o restaurantes de negocios, se ha puesto publicidad en los baños, como una forma de querer tener bien persuadido al consumidor de las ofertas del comerciante.

Por lo que la publicidad y el marketing se han convertido en procesos de lenguaje de comunicación, que no puede ser indiferente al hombre mismo, y que por tanto inciden en las nuevas perspectivas de la vida del hombre contemporáneo.

## La importancia de registrar tu marca

La marca que se compone generalmente de palabras tiene su raíz en los “slogans”, que eran en la antigüedad un grito de guerra y que ahora analógicamente, los ubicamos en la guerra de la comercialización de los productos.

Una marca puede grabarse en la mente de los consumidores con tal fuerza, que, por sí sola, llega a valer más que toda la infraestructura de una empresa. Así es el poder de las marcas.

Las marcas se aplican tratándose de personas físicas o morales dedicadas a la fabricación y venta de diversos productos o que prestan determinados servicios y que han diseñado una imagen que los distingue de su competencia en diferentes niveles.

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por un término, un símbolo, logotipo, diseño o signo, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

De acuerdo con la Ley de la Propiedad, se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

### Existen cuatro tipos de marcas:

**Nominativas:** Son las marcas que identifican un producto o servicio a partir de una palabra o un conjunto de palabras. Estas marcas deben distinguirse fonéticamente de los productos o servicios de su misma especie. Es decir, no deben tener semejanza con marcas que pertenezcan a productos o servicios de su misma especie o clase.

**Innominadas:** Son figuras o logotipos que hacen diferente, visualmente a una marca. Es decir, son figuras distintivas que no pueden reconocerse fonéticamente, sólo visualmente, es decir, son representaciones gráficas como dibujos, logotipos o combinaciones de colores.

**Mixtas:** Integran palabras con elementos figurativos o nominativos que muestran a la marca como un conjunto distintivo. También son aquellas que se conforman con un diseño de letra suficientemente distintivo.

**Tridimensionales:** Compuestas con un cuerpo; una forma tridimensional dotada de anchura, altura y volumen. Son las marcas que protegen envoltorios, empaques y envases, la forma o la presentación de los productos en tanto resulten distintivos de otros de su misma especie o clase.

Cuando una marca es registrada por una asociación o sociedad de productores o en general por varias personas que quieren diferenciar su producto o servicio se habla de una MARCA COLECTIVA. Ejemplo de ello sería para una agrupación de productores de bienes o de servicios (ganaderos, avicultores, lecheros, contadores, abogados, etc.) que han diseñado un logotipo que los distingue de las demás agrupaciones de su tipo, entonces el logotipo de dicha agrupación puede ser registrado como MARCA COLECTIVA.

Sin importar que se trate de un nombre, símbolo o envoltura, la marca pasó de ser un indicador de procedencia comercial a un icono de la credibilidad y calidad de un artículo, además de una poderosa herramienta publicitaria. Se puede decir que es el alma de su negocio, ya que sin ella su oferta no podría diferenciarse de la competencia.

Por lo tanto, es importante estar consciente de su valor no solo sentimental, sino comercial, considerando que la marca a diferencia de las patentes, diseños industriales o modelos de utilidad, tiene una duración potencialmente ilimitada.

Si la marca es la responsable directa del incremento de las ventas y si alguien está interesado en comprar su marca, o requiere de un préstamo bancario o su valor ayuda a eliminar la carga fiscal, los expertos recomiendan solicitar un avalúo de la misma, el cual lo deberá de realizar un Corredor Público, debido a que una marca es un bien intangible que requiere toda una metodología para saber en cuanto se cotiza en el mercado.

El Corredor Público es un abogado especializado y certificado por el Colegio Nacional de la Correduría Pública Mexicana para calcular y validar el valor de bienes tangibles (como inmuebles) e intangibles (como marcas).

Saber el valor real de una marca ofrece los siguientes beneficios:

Líneas de crédito.- Anteriormente, cuando una compañía solicitaba un préstamo bancario, los bancos pedían bienes inmuebles en garantía. Hoy y dependiendo del valor que alcance su marca según el departamento de avalúos, puede dejarla en prenda.

Beneficios fiscales.- El valor de una marca es amortizable y, por tanto, ayuda a disminuir la carga fiscal. Para presentarla como un bien amortizable es necesario que un corredor público diga por escrito que ése es su valor comercial del bien intangible. Y es que ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público sólo el aval de esta figura jurídica tiene validez para efectos fiscales.

Licencia de uso de marca.- Es un permiso que da el titular del derecho sobre ella a un tercero para que la explote de conformidad con los términos pactados en un contrato. Esta modalidad de sesión de derechos permite a las empresas incrementar la presencia de sus marcas en otros territorios sin ser las responsables directas de la inversión.

Por todo lo anteriormente comentado la marca constituye un instrumento importante que tiene el consumidor para identificar y poder seleccionar los artículos y servicios de su preferencia, de ahí la importancia de registrar tu marca y obtener las siguientes ventajas.

#### **VENTAJAS DE REGISTRAR LA MARCA:**

- Proteger el desarrollo y reputación de un producto o servicio para que la competencia no pudiese vender un producto similar que pudiese ser confundido con el de ustedes, en cuyo caso de un abuso por parte de un competidor, una marca registrada le da bases sólidas para su defensa legal.
- Protección por 10 años renovables.
- El derecho de utilizar el símbolo ® o MR, el cual notifica al mundo el registro de su marca.
- El acceso al sistema federal de la cortes.
- Desalienta el uso de su marca por plagiante.
- Protege su prioridad del registro de estas marcas, en otras naciones.
- Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas infringientes.
- La posibilidad de otorgar Licencias.
- La posibilidad de cobrar Regalías.
- La posibilidad de franquiciar su producto o servicio.
- La posibilidad de ceder los derechos sobre su marca.
- La posibilidad de garantizar un crédito con su marca.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.