

La vulgarización: El principal enemigo de las marcas exitosas



Un artículo de la Coordinadora del Departamento Anti-Piratería Penal de FEXLAW, Alicia Salgado

El fin principal de una marca es indicar la procedencia empresarial de un producto o servicio y de diferenciarlo de otros en el mercado. Sin embargo, es posible que con el pasar del tiempo pierda la capacidad diferenciadora y pase a ser un término de uso común. Por tanto, al convertirse en una denominación genérica, el dueño de la misma ya no podrá tener derechos de propiedad intelectual sobre esta.

A este fenómeno se lo cataloga como vulgarización marcaria, y es un riesgo que debilita no solo a la distintividad de una marca, también al valor publicitario y a la fuerza de venta.

Un claro ejemplo es utilizar el término 'Jacuzzi' para definir a una tina con agua caliente a presión, cuando en realidad proviene de la marca Jacuzzi Inc. Por lo tanto, dicha marca está siendo utilizada como un sustantivo en la jerga popular y no como un signo distintivo.

De esta forma, las marcas que llegasen a mutar en signos de uso común podrán ser sujeto de cancelación o limitación de su derecho marcario. No obstante, para evitar tal situación se recomienda: 1) incorporar después de la marca el símbolo ®, que representa 'marca registrada', 2) crear campañas publicitarias que informen a los consumidores sobre la naturaleza empresarial de un signo distintivo y, 3) entablar acciones contra los competidores que usen determinada marca como designación genérica de un producto o servicio.

 Quito

+593 2-452-7300

+593 2-478-9015

Guayaquil

+593 4-460-5385

Bogotá

+57 300 3924025

 FEXLAW

 @fexlaw

 @Fexlaw

 @FexlawGlobal

 www.fexlaw.com

 info.ecuador@fexlaw.com

info.colombia@fexlaw.com