

Descuidan mexicanos sus marcas en Europa

Palmira González

Mientras que en México las empresas nacionales registran unas 53 mil marcas anuales, en regiones como la Unión Europea, los registros por empresarios mexicanos suman apenas a unas 150 solicitudes.

Para la firma Clarke, Modet & Co., esto pudiera ser reflejo de un desconocimiento por parte de empresarios mexicanos del proceso de registro en otros países.

Pero al no proteger sus productos o servicios en el extranjero, los empresarios mexicanos enfrentan riesgos de perder inversiones hechas en el desarrollo de los mismos, apuntó José Manuel Marhuenda, director del departamento de marcas de Clarke, Modet & Co. en España.

"No es infrecuente que un empresario que tiene una marca posicionada, que goza de un prestigio y de una aceptación en México, quiera exportar sus productos a aquellos países donde hay nacionales mexicanos (y) se encuentre con que un tercero de buena o de mala fe ha registrado ya previamente la marca coincidente con este producto", explicó Marhuenda.

"Ello obliga a innumerables esfuerzos económicos para intentar comprar la marca a este tercero que ya la ha registrado, con el riesgo que... finalmente no pueda llevar a cabo esta operación y tenga que crear una marca nue-



► José Manuel Marhuenda, director del departamento de marcas de Clarke, Modet & Co. en España.

va, con el coste que conlleva crear una marca de la nada, posicionarla, divulgarla y que llegue a gozar el prestigio que ya tenía con la marca anterior".

Otro riesgo es que una empresa sea rechazada al querer participar en ferias industriales en el extranjero por no tener sus productos protegidos en esos países, añadió Marhuenda.

El segmento de alimentos y bebidas es uno de los más sensibles a sufrir estos problemas, al ser de los de mayor exportación en México.

Otros sectores que han aumentado sus exportaciones inclu-

yen el de servicios de software y telemarketing y el de materiales para la construcción que incluye cemento y vidrio, dijo Marhuenda.

Para Marhuenda, la protección de marcas también es una estrategia para aprovechar la recuperación económica.

Al apostar por la innovación, las empresas pueden reactivar proyectos de nuevos productos y ganar mercado con una protección completa de sus diseños.

"Las empresas buscan una protección más integral, para proteger no sólo el producto, sino también el empaque o embalaje", apuntó Marhuenda.

La protección industrial, agregó, es también una de las únicas formas de pelear contra la piratería o competencia desleal en países extranjeros.

Las marcas deben registrarse sólo en los países en donde la empresa planea operar en el corto plazo, advirtió Marhuenda, pues a diferencia de otros tipos de protección intelectual, las marcas requieren una comprobación de su uso.

Las marcas que en cinco años no se han usado, caducan.

El costo para proteger una marca en toda la Unión Europea ronda los mil 800 euros por 10 años; un diseño industrial ronda los 830 euros por el mismo periodo.

El tiempo total de registro de una marca es de unos 6 meses y 5 días para diseños industriales.