

IMPARTE CONFERENCIA ESPECIALISTA DEL IMPI

Una marca representa un valioso activo comercial

- Su principal función es permitir a los consumidores identificar el producto o el servicio de una empresa, de otros que ofrece la competencia.



Ivette Yarabi Chavarría Reynoso, coordinadora de Marcas y Protección a la Propiedad Intelectual de la oficina regional sureste del IMPI



Los estudiantes interactuaron con la ponente para aclarar dudas sobre el registro de marca



Los alumnos asistieron a la conferencia "Qué puedo y qué no puedo registrar como marca"



Para algunas empresas la marca puede ser el activo más valioso que poseen, expresó la especialista.

Con el objetivo de dar a conocer los lineamientos establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial para el registro de marca, la Universidad Tecnológica de Tabasco (UTTAB) llevó a cabo la conferencia "Qué puedo y qué no puedo registrar como marca" impartida por Ivette Yarabi Chavarría Reynoso, el 12 de marzo.

La coordinadora de Marcas y Protección a la Propiedad Intelectual de la oficina regional sureste del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), informó a los alumnos de esta Casa de Estudios que la principal función de la marca es permitir a los consumidores identificar el producto o el servicio de una empresa, de otros que ofrece la competencia.

Ante un centenar de estudiantes que asistieron a la con-

ferencia, Chavarría Reynoso comentó: "para la mayor parte de las empresas, una marca elegida y utilizada con esmero representa un valioso activo comercial; para algunas puede ser el activo más valioso que poseen. Se estima que el valor de marcas tan famosas como Google o Apple superan los 100 mil millones de dólares".

La ponente mencionó que se debe a que los consumidores valoran las marcas, su reputación, su imagen y el conjunto de cualidades con que la asocian. Por ello, están dispuestos a pagar más por un producto o un servicio que reconocen y que responde a sus expectativas. Los alumnos interactuaron con la especialista a fin de aclarar sus dudas para elegir una marca que cumpla con los requisitos legales y así obtener la exclusividad de un signo distintivo.