

Enero 30, 2013

LA IMPORTANCIA DE LA MARCA EN LAS FRANQUICIAS

Por. Juan Manuel Gallástegui A. Presidente Gallástegui Armella Franquicias



Lic. Juan Manuel Gallastegui

Si leemos la definición de franquicia que aparece en el artículo 142 de la Ley de la Propiedad Industrial, entenderemos fácilmente que son dos los elementos cuya existencia es absolutamente necesaria para que exista una franquicia: la marca y los conocimientos que se transfieren al adquirente de una franquicia.

Sin pretender desarrollar en estas líneas un tratado en materia de propiedad industrial sobre la marca, sí vale la pena recordar su definición, la Ley de la Propiedad Industrial nos dice que:

Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

De la lectura de esta definición nos queda claro que el objeto de la marca es precisamente DISTINGUIR los productos y servicios iguales o similares en el mercado.

Es importante recordar que para que se tenga el derecho exclusivo de utilizar una marca se requiere que la misma se encuentre registrada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), el que registrará las marcas según el producto o servicio de que se trate, es decir, existen 45 clases resultado de una clasificación internacional (Clasificación de Niza) en las que puede registrarse una marca, explicó Juan Manuel Gallástegui.

Cuando una empresa se decide a franquiciar, lo primero que tiene que comprobarse es que la marca que distingue al producto o servicio, materia de la franquicia, se encuentre correctamente registrada. De no ser así es importante recurrir a un abogado especialista en propiedad industrial para que se encargue de llevar a cabo el registro de la marca. Si bien es cierto que el registro de una marca puede hacerlo directamente el interesado, debemos señalar que la Ley de la Propiedad Industrial es una disposición compleja y el registro de una marca es algo más que un simple trámite por lo que recomendamos siempre recurrir a un abogado especialista.

La persona física o moral que registra una marca se convierte en el “propietario” de la misma y de acuerdo con la ley puede transferir o licenciar su explotación a terceros, “precisamente es lo que sucede en el caso de la franquicia”. Así pues podemos encontrarnos con marcas que pertenezcan a una persona pero que sean muchas quienes legítimamente puedan explotarla.

Aunque la ley acepta el licenciamiento de marcas que se encuentren en proceso de registro, en mi opinión personal y tratándose de la franquicia no debiera otorgarse ninguna franquicia si la marca no

está debidamente registrada.

El adquirente de una franquicia debe, antes que nada cerciorarse de que quien le otorga una franquicia está facultado para hacerlo, es decir que es el titular o propietario de la misma o bien que le han sido conferidos los derechos de explotación sobre la marca. La marca resulta pues un elemento sin el que no podría existir la franquicia, de ahí la importancia de registrarla y protegerla adecuadamente, concluyó Gallástegui.

Gallástegui Armella Franquicias es la firma de consultoría especializada en franquicias líder en el sector, con mas de 27 años de experiencia en el desarrollo de más de 800 Sistemas de Franquicias. Actualmente formamos una red de 25 oficinas en México. Teniendo oficinas también en Centro América y Europa. La firma desarrollo las primeras franquicias mexicanas tales como, Helados Bing, Howard Johnsons Mexico, Opticas Devlyn y Taco Inn.

Contacto Medios. Liliana Arocha. lilianaarocha@arocha100.com. Tel.
5616.4258

Para más información, www.gallasteguifranquicias.com