

Índice

¿Qué es una marca ?	3
¿Qué es una búsqueda fonética o figurativa ?	26
¿Qué es un aviso comercial ?	29
¿Qué es un nombre comercial ?	31
¿Qué es una marca colectiva ?	36
Consejos útiles	37

***¡¡¡¡HOLA !!!!
Bienvenido al IMPI***

...sí al IMPI

...al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

¿Que quiénes somos? ¡Ah!, pues somos los encargados de registrar su marca.

...sí su MARCA

... le explico:

Una **marca** es todo signo visible que se utiliza para distinguir e individualizar un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie. **Su función principal** es la de servir como elemento de identificación de los diversos productos y servicios que se ofrecen y se prestan en el mercado.

Así mire:



La marca constituye el único instrumento que tiene a su disposición el consumidor para identificar y poder seleccionar los artículos y los servicios de su preferencia. De ahí su importancia y sobre todo la de **registrarla**.

¿Y para qué se registra?

Una marca debe registrarse para que usted como propietario, obtenga un **Título de Registro** que le da el derecho a usarla en forma exclusiva en toda la **República Mexicana**. De esta manera nadie deberá usarla sin su autorización.

¿Y sabe cuánto dura un registro?

Pues 10 largos años a partir de la fecha en que solicite el registro... y ¿sabe qué es lo mejor? Que puede renovar el registro las veces que quiera. Además puede otorgar licencias, franquicias, ceder sus derechos, gravarlos. Asimismo, podrá orgullosamente ostentar en sus productos o servicios la leyenda "marca registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®.

¿Y cómo se registra?

Sólo tiene que llenar correctamente una solicitud, pagar en el banco o vía el Portal de Pagos y Servicios electrónicos del Instituto y presentarla en el IMPI (D.F. u Oficinas Regionales), o en la Delegación o Subdelegación Federal de la Secretaría de Economía de su localidad.

¿Una solicitud?

No se preocupe, yo le ayudo. Pida un formato o bájelo de internet y llenémosla juntos.

Recuerde que puede imprimir su solicitud directamente en el servicio electrónico Solmarnet (Sistema de captura de solicitudes de registro de marca, aviso comercial, y nombre comercial por internet) a través de la página web del IMPI.

Si llena la solicitud por otros medios, tenga en cuenta que ésta debe ser legible; asimismo, recuerde que la información de la solicitud debe ser requisitada toda por el mismo medio, sin tachaduras ni enmendaduras.

...Vayamos paso a paso

Primero

Señale en el recuadro que quiere registrar una **marca**:

Por la presente se solicita:
(Marque sólo una opción)

- Registro de Marca
- Registro de Marca Colectiva
- Registro de Aviso Comercial
- Publicación de Nombre Comercial

Recuerde marcar solamente una opción

Segundo

Indique a nombre de quien registrará la marca, al suyo o al de su empresa.
Teniendo ese dato escrito, anote también la nacionalidad que corresponda, el

5 Guía del Usuario de Signos Distintivos

domicilio, el teléfono... en fin, los datos generales (si es menor de edad, necesita la representación de sus padres o tutores):

I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE (S)

01) Nombre (s):
02) Nacionalidad (es):
03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):
Población y Estado:
Código postal: País: Correo-e:*

04) Teléfono (clave):* Correo-e:*

Y no importa si son **varios propietarios**, pues sólo tienen que anotar sus nombres (separados con comas), su nacionalidad, un domicilio, un teléfono, etc.

Tercero

Señale el domicilio (en México) para oír y recibir notificaciones, su teléfono, etc.

II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

05) Calle, número y colonia:
Población y Estado:
Código postal: **no olvide el código postal**
06) Teléfono (clave):* Correo-e:*

Cuarto

Indique **qué marca quiere registrar** (el signo distintivo):

07) Signo distintivo:

Señale en un solo recuadro si es:

Nominativa Innominada Tridimensional Mixta



(Una o más palabras, sin diseños)



(Diseños sin palabras)



(Envases, empaques en 3 dimensiones, sin palabras o dibujos)



(Combinación de las anteriores)

6 Guía del Usuario de Signos Distintivos

Recuerde que las palabras y los diseños tienen que ser muy distintivos (originales, novedosos, únicos).

Señale desde cuando **la usa** o indique si no la ha usado.

Ojo: esta fecha es muy importante, asimismo recuerde que ésta no puede modificarse posteriormente.

09) Fecha de primer uso:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No se ha usado: <input type="checkbox"/>
	Día	Mes	Año	

Quinto

Indique que **producto (s) o servicio (s)** quiere distinguir con su marca, anotando en el recuadro (si lo sabe) el número de la **clase** a la que corresponden (recuerde, una solicitud por cada clase):

10) Clase: <input type="text"/>	11) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:
---------------------------------	--

**¿ La clase, los productos, los servicios ?
...No se preocupe aquí le explicamos.**

Recuerde que puede utilizar los servicios electrónicos Solmarnet y Clasniza (Clasificación de Niza) para el llenado de los productos (s) o servicio (s) en la página web del IMPI.

Una **clase** es un conjunto de productos o servicios que guardan una relación entre sí, o que tienen una característica común en función de su utilidad o uso, agrupados de acuerdo con una clasificación aceptada internacionalmente (Clasificación de Niza). Actualmente son 45 clases (34 para productos y 11 para servicios).

Los **productos** son aquellos bienes o artículos que van a llevar su marca y que a través de ésta el consumidor los va a identificar en el mercado.

Y los **servicios** son aquellas actividades que realiza en favor de terceros y que pretende identificar con su marca.

Los títulos de las clases o encabezados de la **Clasificación Internacional**, son los siguientes:

TÍTULOS DE LAS CLASES

PRODUCTOS

Clase 1. Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria.

Clase 2. Pinturas, barnices, lacas; productos antioxidantes y productos para conservar la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.

Clase 3. Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos.

Clase 4. Aceites y grasas para uso industrial; lubricantes; productos para absorber, rociar y asentar el polvo; combustibles (incluida la gasolina para motores) y materiales de alumbrado; velas y mechas de iluminación.

Clase 5. Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Clase 6. Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas;

8 Guía del Usuario de Signos Distintivos

cables e hilos metálicos no eléctricos; artículos de cerrajería y ferretería metálicos; tubos y tuberías metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales metalíferos.

Clase 7. *Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y elementos de transmisión (excepto para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean accionados manualmente; incubadoras de huevos.*

Clase 8. *Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; navajas y maquinillas de afeitar.*

Clase 9. *Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos y ordenadores; extintores.*

Clase 10. *Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios, así como miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.*

Clase 11. *Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias.*

Clase 12. *Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.*

Clase 13. *Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos artificiales.*

Clase 14. *Metales preciosos y sus aleaciones, así como productos de estas materias o chapados no comprendidos en otras clases; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.*

Clase 15. *Instrumentos musicales.*

Clase 16. *Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés de imprenta.*

Clase 17. Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de materias plásticas semielaborados; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Clase 18. Cuero y cuero de imitación, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; fustas y artículos de guarnicionería.

Clase 19. Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

Clase 20. Muebles, espejos, marcos; productos de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todos estos materiales o de materias plásticas, no comprendidos en otras clases.

Clase 21. Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; lana de acero; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana y loza no comprendidos en otras clases.

Clase 22. Cuerdas, cordeles, redes, tiendas de campaña, lonas, velas de navegación, sacos y bolsas (no comprendidos en otras clases); materiales de acolchado y relleno (excepto el caucho o las materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.

Clase 23. Hilos para uso textil.

Clase 24. Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.

Clase 25. Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Clase 26. Encajes y bordados, cintas y cordones; botones, ganchos y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.

Clase 27. Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles.

Clase 28. Juegos y juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; adornos para árboles de Navidad.

Clase 29. Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Clase 30. *Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y de confitería, helados; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.*

Clase 31. *Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta.*

Clase 32. *Cerveza; aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.*

Clase 33. *Bebidas alcohólicas (excepto cerveza).*

Clase 34. *Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.*

SERVICIOS

Clase 35. *Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.*

Clase 36. *Seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios.*

Clase 37. *Servicios de construcción; servicios de reparación; servicios de instalación.*

Clase 38. *Telecomunicaciones.*

Clase 39. *Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes.*

Clase 40. *Tratamiento de materiales.*

Clase 41. *Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.*

Clase 42. *Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.*

Clase 43. *Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.*

Clase 44. *Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.*

Clase 45. *Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección de bienes y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.*

Las Indicaciones de los productos o servicios que figuran en los Títulos de las Clases constituyen indicaciones **generales** relativas a los sectores a los que pertenecen en principio estos productos o servicios. Es por ello que resulta importante consultar la **Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas** (Clasificación de Niza, Novena Edición), Parte I y II (Lista de Productos y Servicios por Orden Alfabético y Ordenados por Clase, respectivamente), **cuyo texto oficial en español fue publicado en la Gaceta de la Propiedad Industrial**, Ejemplares Extraordinarios 67 y 68, mismos que fueron puestos en circulación el 15 de junio de 2009, para asegurarse de la clasificación exacta de cada producto o servicio en concreto.

Nota Importante

Si un **producto o un servicio** no puede clasificarse con ayuda de los Títulos anteriores, de las notas explicativas o de las listas de productos y servicios de la Clasificación Internacional, las siguientes observaciones indican los criterios que conviene aplicar:

Respecto a Productos:

a) Un **producto acabado** se clasifica, en principio, según su **función** o su **destino**. Si la función o el destino de un producto acabado no se menciona en ningún título de las clases, este producto se clasifica por **analogía** con otros productos acabados similares que figuren en la lista alfabética. Si no existe ninguno, se aplican otros criterios tales como la materia de la que está hecho o su modo de funcionamiento;

b) Un producto acabado con **usos múltiples** (como un combinado radio-despertador) puede clasificarse en todas las clases que correspondan a cada una de sus funciones o de sus destinos. Si estas funciones o destinos no se mencionan en ningún título de las clases, se aplican los otros criterios mencionados en el inciso anterior;

c) Las **materias primas**, en bruto o semi-elaboradas, se clasifican, en principio, teniendo en cuenta la **materia** de la que están constituidas;

12 Guía del Usuario de Signos Distintivos

d) Los productos destinados a formar parte de **otro producto** no son, en principio, clasificados en la misma clase que este último, sólo lo son en los casos en que los productos de este género no puedan, normalmente, tener otras aplicaciones. En todos los demás casos, se aplica el criterio establecido en el inciso a;

e) Si un producto, acabado o no, que debe ser clasificado en función de la materia de la que está constituido, y si este se integra por materias diferentes, la clasificación se hace, en principio, en función de la **materia predominante**;

f) Los **estuches** adaptados a los productos que van a contener se clasifican, en principio, en la **misma clase** que estos últimos.

Respecto a Servicios:

a) Los servicios se clasifican, en principio, según las **ramas** de las **actividades** definidas por los títulos de las clases de servicios y sus notas explicativas o, si no, por **analogía** con otros servicios similares que figuren en la lista alfabética;

b) Los servicios de **alquiler** se clasifican, en principio, en las mismas clases en que se clasifican los servicios que se prestan con la ayuda de los objetos alquilados (por ejemplo, el alquiler de teléfonos, que pertenece a la clase 38).

... Pesado ¿no? pero si está bien clasificado evita que se le envíe un oficio de requisitos.

Sexto

Diga donde se ubica su **establecimiento** o negociación. Recuerde que si indicó fecha de primer uso, es un requisito **indispensable**:

12) Ubicación del establecimiento:
Domicilio (calle, número y colonia):

Población y Estado:

Código postal:

País:

Ojo: Si cuenta con varias sucursales, es suficiente con señalar el domicilio de una de éstas.

13 Guía del Usuario de Signos Distintivos

Séptimo

Anote las **leyendas y figuras que no quiere registrar** y que aparecen en sus etiquetas, por ejemplo: contenido neto, ingredientes, talla, la figura del código de barras o la leyenda de "Hecho en México":

13) Leyendas y/o figuras no reservables: (Sólo en caso de Marca)

Contenido neto: 900 ml.



Continúa en anexo

Octavo

Si ya solicitó el registro de su marca en otro país, no han pasado más de 6 meses desde entonces, y quiere que se reconozca la fecha en que lo presentó en el extranjero, **¡¡¡apúrese!!!**

14) Prioridad reclamada:
(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)

País (Oficina) de origen:	Número:	Fecha de Presentación		
		Día	Mes	Año

En este apartado anote el **país** de origen, la **fecha** de presentación, y si lo sabe, el **número** que le asignaron a su solicitud en el extranjero.

Recuerde que después de presentada la solicitud, tiene sólo **3 meses más** para presentar la **copia certificada de la solicitud de registro extranjera junto con su traducción** (según el caso).

Y no olvide el **comprobante de pago** por el estudio y reconocimiento de cada derecho de prioridad relacionado con los derechos de Propiedad Industrial.

14 Guía del Usuario de Signos Distintivos

Noveno

*Sólo en caso de marcas innominadas, tridimensionales o mixtas, es el momento de **pegar su etiqueta o impresión fotográfica**, según el caso:*

Recuerde que no debe ser mayor a 10 x 10 cm; ni menor a 4 x 4 cm.

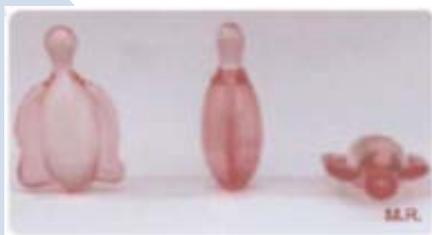


4 x 4 cm. mínimo

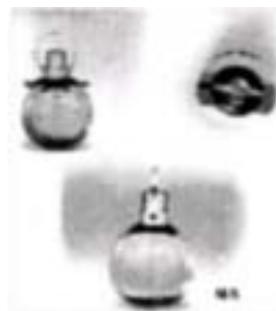


10 x 10 cm. máximo

En caso de marcas tridimensionales, la impresión fotográfica que adhiera a la solicitud, deberá tener las mismas medidas que las señaladas anteriormente, y lo más importante: deben apreciarse los 3 planos o dimensiones en una sola etiqueta. Por ejemplo:



(anchura, altura y volumen)



Decimo

Sólo falta el nombre del solicitante o de su mandatario y su firma autógrafa, el lugar y la fecha, y listo.

Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.

Nombre y firma del solicitante o su mandatario

Lugar y fecha

Vió qué fácil.

De vuelta a la solicitud y anexe los documentos señalados.

Documentos anexos:

Comprobante de pago de la tarifa (original y copia).

Reglas de uso (sólo en caso de Marca en copropiedad o Marca Colectiva).

Documento que acredita la personalidad del mandatario (original o copia certificada) o, en su caso, copia simple de la constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI.

Fe de hechos en caso de Nombre Comercial en la que el fedatario público incluya nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, así como una fotografía de la fachada donde se ostenta el Nombre Comercial.

Documento de Prioridad.

Hoja adicional complementaria a los puntos 11) y 13).

Es simple... debe marcar en el recuadro y anexas a su solicitud:

- **El comprobante de pago** de la tarifa por los servicios que presta el IMPI.
- Un documento sobre las **Reglas de Uso**, licencia y transmisión de derechos, limitación de productos y cancelación voluntaria, si es que presentó una solicitud a nombre de **dos o más personas**, es decir, una marca en copropiedad (2 o más propietarios-titulares).
- La **Fe de Hechos** en caso de que haya solicitado la publicación de un **Nombre Comercial**, la cual debe contener y coincidir con su solicitud: Nombre del titular, giro y ubicación del establecimiento, fecha de primer uso y una fotografía de la fachada donde se aprecie el nombre comercial.
- La copia certificada de la solicitud de registro presentada en otro país, para efecto de reconocer la fecha legal extranjera (**derecho de prioridad**).

¿¿¿ Comprobante de pago... Reglas de Uso... Fe de Hechos... Prioridad ????
¡¡¡calma!!! ¡¡¡calma!!! uno por uno.

El **comprobante de pago** es la impresión que se debe generar en el Portal de Pagos y Servicios Electrónicos del Instituto en <http://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/action/inicio>, ya sea de la línea de captura para pago de servicios cubriendo en el Banco el importe correspondiente, o bien, de la factura electrónica que se genera en el sitio electrónico en mención después de haber realizado el pago; asimismo, en la página web anteriormente mencionada podrá hacer el pago electrónico de la tarifa correspondiente.

Reglas de Uso

Es un simple escrito en donde los copropietarios señalan la forma en que están dispuestos los derechos y obligaciones frente a una marca en común. Un ejemplo es el siguiente:

17 Guía del Usuario de Signos Distintivos

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
DIRECCIÓN DIVISIONAL DE MARCAS

(Lugar) _____ de _____ 200_

ASUNTO.- Presentación del documento sobre las reglas de uso, licencia, transmisión de derechos, limitación de productos y cancelación voluntaria de la marca "_____".

En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 116 de la Ley de la Propiedad Industrial, quienes suscriben el presente documento _____ y _____, (nombres que deben ser los mismos a los señalados en la solicitud) con domicilio en _____, ambos de nacionalidad mexicana, al corriente en el pago de impuesto sobre la renta, establecen de conformidad el siguiente convenio sobre las reglas de uso, licencia, transmisión de derechos, limitación de productos o servicios y cancelación voluntaria, correspondientes a la marca _____ en la clase _____, que a nuestro nombre se registre ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

USO:

- 1.- La marca _____, es propiedad exclusiva de los copropietarios, correspondiendo a cada uno de ellos el equivalente al ____% de los derechos de dicha marca.
- 2.- La marca no podrá ser usada en forma independiente por los copropietarios, salvo estipulación en contrario y manifestación expresa por cada uno de ellos.
- 3.- La marca _____ será utilizada en los siguientes productos:

(EJEMPLO) Clase 30: Harina y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, dulces, caramelos, chocolates, mazapanes, goma de mascar (para uso no médico), malvaviscos y bombones; helados; miel, jarabe de melaza, sal, salsas (condimentos). (Estos productos deben ser los mismos que los señalados en la solicitud).

LICENCIAS:

Para el otorgamiento de licencias sobre el uso de la marca, materia de este convenio, se requerirá el consentimiento expreso de cada uno de los cotitulares.

TRANSMISIÓN DE DERECHOS:

Los copropietarios acuerdan que, para el caso de la transmisión de derechos de la marca a terceros, se requerirá el consentimiento expreso de cada uno de ellos.

LIMITACIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS:

Los titulares de la marca acuerdan que, para el caso de la limitación de los productos o servicios de la marca materia de este convenio, se requerirá el consentimiento expreso de cada uno de ellos.

CANCELACIÓN VOLUNTARIA:

Los titulares de la marca acuerdan que, en caso de cancelación voluntaria del registro, materia de este convenio, se requerirá el consentimiento expreso de cada uno de ellos.

REPRESENTACIÓN COMÚN:

La representación común de los titulares estará siempre a cargo del Sr. _____, pero ésta podrá ser modificada previo acuerdo por escrito de los copropietarios.

LAS PARTES CONTRATANTES

Nombre y firma

Nombre y firma

La Fe de Hechos

La Fe de Hechos sólo debe presentarse en caso de solicitar la publicación de un **Nombre Comercial**, por lo que se estudiará más adelante.

La Prioridad

La Prioridad es un derecho internacional que se reclama al momento de solicitar un registro marcario aquí en **México**. En sí, consiste en pedirle al **IMPI** que reconozca la fecha legal de una solicitud de marca que se haya presentado en **otro país**. De esta manera, su fecha real de **protección** ya no será la de aquí en México, sino aquella fecha en que presentó la solicitud en el extranjero.

¿Y para qué le sirve esto?

Bueno, el solicitar el reconocimiento del derecho de Prioridad, representa una **ventaja** frente a un **antecedente marcario** que cuenta con una fecha legal nacional, posterior a la suya extranjera.

Sólo tiene **6 meses** desde que solicitó el registro en el extranjero para presentar su solicitud aquí en México.

¿Y no importa que no se haya registrado aún la marca en otro país?

Desde luego que **no**, pues basta con que tenga una **copia certificada** de su solicitud extranjera junto con su **traducción** (si así procede), para reclamar el derecho de Prioridad.

¿Y si no cuento con ellas?

No se preocupe, después de que presentó su solicitud nacional, en la cual reclama el reconocimiento de un derecho de prioridad, tiene **3 meses más** para presentar la copia **certificada aludida**, y en su caso la **traducción**.

Y en sí, ¿cómo se reclama ese derecho de Prioridad?

1) Llene la solicitud de registro (formato Nacional), indicando los *datos de prioridad*, que no son más que la fecha y el nombre del país en donde presentó anteriormente su solicitud extranjera (pues no es necesario que sepa el número de solicitud del país de origen). Recuerde que la fecha que indicó debe ser, como máximo, 6 meses anteriores a la fecha en que solicitó el registro aquí en México.

14) Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)			
País (Oficina) de origen:	Número:	Fecha de Presentación	
		Día	Mes Año

2) Si cuenta con él (al momento de solicitar su registro marcario nacional), anexe el *comprobante de pago correspondiente*.

3) Si cuenta con la *copia certificada de su solicitud extranjera*, anéxela a su solicitud nacional junto con su *traducción* (en su caso); y si no la tiene todavía, recuerde que también tiene **3 meses para presentarlas.**

¿ Quiere ver un ejemplo de un documento extranjero y de su traducción?



¿Sabe qué Marcas puede registrar?

1) Cualquier signo, palabra, denominación, figura, forma tridimensional, logotipo, diseño, combinación de colores, de números, de letras, siempre y cuando sea: **Visible, distintivo, original, novedoso, singular, único, especial, inconfundible y de fácil reconocimiento**; y por tanto susceptible o capaz de identificar los productos o servicios a los cuales se aplica o se trata de aplicar, frente a todos los de su misma especie, tipo, género o clase.

2) Su propio nombre (con todo y apellidos) o el nombre de su empresa, sociedad, establecimiento, colegio, asociación, etc., siempre y cuando **no se confunda con una marca ya registrada o un nombre comercial ya publicado**.

Sólo utilice su imaginación

¿Sabe qué Marcas NO puede registrar?

1) Las marcas que atenten contra la moral, las buenas costumbres o la Ley.



2) Las marcas no distintivas.

**Marca
«Producto»**

3) *Los hologramas o las llamadas marcas de movimiento.*



4) *Los nombres técnicos de uso común o genéricos.*

Marca “**vitamina A**” para productos farmacéuticos.

Marca “**Restaurante**” para el servicio de alimentos.

Marca “**Jeans**” para productos de vestuario.

5) *Las formas tridimensionales que sean del dominio público, las que no sean originales y las que sean la forma usual, funcional o natural de los productos.*



Forma usual
para distinguir bebidas



Forma natural
para distinguir manzanas



Forma no original
para distinguir cremas

6) Las que describan los productos o servicios o indiquen sus cualidades, su especie, su composición, su destino, su valor, su lugar de origen, sus calidades o cantidades o la época de producción.

Marca **“Leche Pura de Vaca”**
para productos lácteos.



Forma descriptiva
de productos de la clase 6

7) Las letras, números o colores aislados **sin diseño**.

“9”

“R”



8) Las palabras no registrables, aunque se escriban en otro idioma u ostenten una ortografía caprichosa o construcción artificial.

Marca **“DOG”**
para animales vivos de clase 31.

Marca **“ChoKolate”**
para productos de la clase 30.

9) Los escudos, banderas, emblemas, siglas, denominaciones o símbolos oficiales, a menos que tenga el consentimiento respectivo.



10) *Los signos, sellos, monedas o billetes oficiales.*



11) *Los nombres o representación gráfica de condecoraciones, premios, medallas oficiales, a menos que sea usted quien los otorgue.*



12) *Las denominaciones geográficas, mapas, gentilicios, nombres y adjetivos de procedencia.*



13) *Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos.*

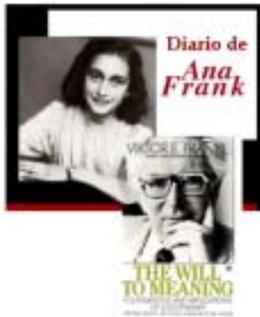
Marca “Taxco”
para distinguir joyería de plata

14) Los nombres (de pila y apellidos), seudónimos, firmas o retratos de personas sin su consentimiento o, si han fallecido, en su orden del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción y colaterales, ambos hasta el cuarto grado.

Retrato sin su consentimiento



15) Los Títulos de obras intelectuales, artísticas, periódicas, los personajes ficticios, simbólicos o humanos caracterizados o los nombres y grupos artísticos sin previo consentimiento de su titular.



Marca “Diario de Ana Frank”.

Marca “El Hombre en busca del sentido”.

16) Las marcas engañosas o que den falsas indicaciones de la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios.



Marca: RON PANTALLA y diseño
para amparar ron y todo tipo de bebidas alcohólicas.

17) Aquellas que sean idénticas o similares a marcas notoriamente conocidas o famosas.



18) Las Marcas que puedan confundirse con otras registradas o en trámite de registro anterior.



VS



HARD ROCK CAFÉ

Registro concedido
(clase 42)

JARRO DE CAFÉ

Expediente en Trámite
(clase 42)

Registro concedido
(clase 30)

Expediente en trámite
(clase 30)

19) Las Marcas que puedan confundirse con un nombre comercial publicado o en trámite de publicación anterior.



VS **LOE'S**

Nombre Comercial
Publicado: "LOE ZAPATOS"

Expediente de Marca
en trámite (clase 25 y 42)

¿Marcas parecidas a la mía... y ya registradas?

¿Pero cómo saberlo?

¡¡Ah!! pues muy sencillo. El Instituto cuenta con un servicio de búsqueda...

¿¿¿¿ Un qué... ????

El servicio de búsqueda consiste en investigar la existencia de posibles antecedentes marcarios.

*La **finalidad** es que sepa si ya existe una marca idéntica o similar a la suya y que **impida** el registro respectivo. De esta manera, podrá **evitar** hacer un gasto **innecesario** si considera que su marca no puede prosperar.*

Piense que no es obligatorio hacerla, ni constitutivo de una posibilidad favorable de registro.

...Sólo es para que se dé una idea

*Los tipos de búsqueda son: **Fonética y/o Figurativa***

***Es decir:** de diseños, etiquetas, logotipos, figuras, formas tridimensionales y de palabras, letras, siglas o números.*

¿ Y cuál es el procedimiento?

1) *Mediante los servicios electrónicos proporcionados en la página web del IMPI, de forma gratuita, puede realizar búsquedas fonéticas.*

2) *O bien, acudiendo a las instalaciones de este Instituto, puede solicitar el servicio de búsqueda fonética y/o figurativa, para lo cual deberá presentar el comprobante de pago, es decir, la impresión que se debe generar en el Portal de Pagos y Servicios Electrónicos del Instituto en <http://eservicios.impi.gob.mx/seimpi/action/inicio>, ya sea de la línea de captura para pago de servicios cubriendo en el Banco el importe correspondiente, o bien, de la factura electrónica que se genera en el sitio electrónico en mención después de haber realizado el pago; asimismo, en la página web anteriormente mencionada podrá hacer el pago electrónico de la tarifa correspondiente.*

3) Hacer un breve escrito solicitando el servicio. (Por ejemplo):

México, D.F. a _____ del mes de _____ del año _____

**Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
PRESENTE**

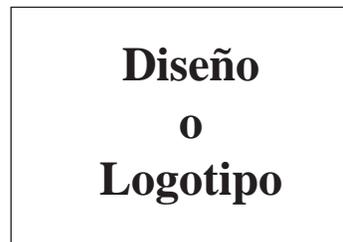
Asunto: Se solicita atentamente el **servicio de búsqueda** de antecedentes fonéticos y/o figurativos.

Para que se lleve a cabo lo anterior, proporciono a continuación los datos respectivos:

Nombre de la **marca** que busco es: _____

La (s) **clase** (s) que pretendo distinguir: _____

El **diseño** o logotipo que pretendo también buscar:



Agradeciendo de antemano sus atenciones.

Queda de Ustedes.

Nombre y firma

4) Entregar la documentación y esperar la respuesta.

Fonética = el mismo día.

Figurativa = 15 días hábiles.

Un ejemplo del resultado de la búsqueda, es el siguiente:

Dirección Divisoral de Marcas
Coordinación Departamental de Respeto y Control de Documentos

Instituto
Mexicano
de la Propiedad
Industrial



DENOMINACIÓN: INTELIGENCE INBIDE
 CLASE: 09
 TITULAR: W. SHAWR
 FECHA: 20 de JUNIO de 2003

POLIC: 89365

TIPO	EXPIRA	REGISTRO	DENOMINACIÓN	CLASES
1	278304	549178	DESIGN INTELLIGENCE	9 (1)
2	116903	600869	INTEL INBIDE	9 (1)
3	311383	569287	INTEL INBIDE	21 (1)
4	302649		INTEL INBIDE	9 (1)
5	312404	540420	BANCO DE INTELIGENCIA	9 (1)
6	338807	394879	AD INTELLIGENCE	9 (1)
7	381981	629771	Q INTELLIGENCE	9 (1)
8	211803	470998	FINANCIAL INTELLIGENCE	9 (1)
9	480384	710697	INTELLIGENCE	9 (1)
10	457059	686708	INTELLIGENCE EVERYWHERE	9 (1)
11	437069	686718	INTELLIGENCE EVERYWHERE	11 (1)
12	248446	511287	TRIEDMAL INTELLIGENCE	21 (1)
13	418758	662301	INTELIGENCIA MEXICO	9 (1)
14	382971	624839	INTEL INBIDE MEXCO	9 (1)
15	384701	631849	INTELLIGENCE	10 (1)
16	281021	539288	INTELLIGENCE	11 (1)
17	318836	594878	ACTIVITYING INTELLIGENCE	9 (1)
18	305241	560299	UNIDAD DE INTELIGENCIA	9 (1)
19	338821	594880	MARKETING INTELLIGENCE	9 (1)
20	302641	784511	INTEL INBIDE CENTENO	9 (8)
21	302643	782740	INTEL INBIDE CENTENO	9 (8)
22	479921	700000	BUSINESS INTELLIGENCE	9 (1)
23	531761	746101	INTELLIGENCE EVERYWHERE	9 (1)
24	477560	711397	INTELLIGENCE EVERYWHERE	9 (1)
25	477560	713024	INTELLIGENCE EVERYWHERE	11 (1)
26	264199	662197	MULTIDIMENSIONAL INTELLIGENCE	9 (1)
27	315601	369417	BANCO DE INTELIGENCIA	9 (1)
28	528438	734806	IT'S WHAT'S INBIDE	9 (1)
29	397960	656095	POWER INTELLIGENCE	9 (1)
30	19665		RELICIDAD INTELLIGENCE	9 (1)
31	571818		DOMINANDO INTELLIGENCE	11 (8)
32	276192	662161	THE COMPUTER INBIDE	9 (1)
33	572173		ALL A INTELLIGENCE	9 (8)
34	381317	752171	DESITE INTELLIGENCE DIAGNOSTIC DEVICE	9 (1)
35	497291		INTELLIGENT MANAGER	9 (1)
36	529551	737770	EURO INTELLIGENCE	11 (8)
37	573095	613088	INTELLIGENCE OFFICE	9 (1)
38	463014	702632	BAROVAL INTELLIGENCE	9 (1)
39	461924	746717	THE INTELLIGENT BELIEF	9 (1)
40	407977	642808	BARAH ELSTANI DESIGN INTELLIGENCE	9 (1)
41	A.L.	17066	EL TELEFONO INTELLIGENT	9 (1)
42	MCA.	308221	NOMINA INTELLIGENTE	9 (1)
43	MCA.	446735	CURVITA INTELLIGENTE	9 (1)
44	MCA.	571819	ESPALDO INTELLIGENTE	11 (8)
45	MCA.	544536	SHRDS REALITY	9 (1)
46	MCA.	333782	SCROLL INBIDE	11 (8)
47	MCA.	310690	INTEL INBIDE PRIMITUM III	9 (1)
48	MCA.	458804	THE INTELLIGENCE BRAND THE INTERNET	9 (1)
49	MCA.	301234	THE ECONOMY INTELLIGENCE UNIT	9 (1)
50	MCA.	508223	ADMINISTRACION INTELLIGENTE	9 (1)

Antecedentes por Signos

MCA. 437069, 651030

NOTA: La información proporcionada no constituye una posibilidad favorable de registro o publicación, ya que las actividades correspondientes se sujetan a las disposiciones que establece la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento.



Instituto
Mexicano
de la Propiedad
Industrial

Hoja: 1

Recuerda, tal como dice la NOTA, el resultado de las búsquedas no constituye una posibilidad favorable.

Ahora ¿quiere saber sobre los avisos comerciales?

Un **aviso comercial** es una frase, enunciado, expresión u oración que tiene por objeto anunciar, dar a conocer o hacer saber al público consumidor, la existencia de productos o servicios en el mercado, o la presencia de establecimientos, de negociaciones comerciales, industriales o de servicios, para distinguirlos de los de su misma especie.

En pocas palabras, es lo que se conoce como un **eslogan** o lema publicitario. Por ejemplo:

"A que no puedes comer sólo una."

"Entre el zapato y el pantalón, está el detalle de distinción."

"Soy totalmente Palacio."

Es importante mencionar que los avisos comerciales se constituyen únicamente por frases u oraciones, pudiendo utilizar signos ortográficos que, conforme a las reglas gramaticales, sean aplicables. En este sentido, tampoco pueden incluir diseño alguno.

De igual forma, es **importante registrarlo** para que el Título que obtenga, le otorgue el derecho a usarlo en forma exclusiva, **evitando que alguien más** lo utilice sin su autorización, para anunciar los mismos o similares productos o servicios.

¿Y el registro dura igual que el de una marca?

Así es... exactamente igual y en las mismas condiciones:

10 largos años a partir de la fecha en que solicite el registro y con la posibilidad de **renovarlo** las veces que quiera por períodos de la misma duración.

También puede ceder los derechos, otorgar licencias, franquicias, gravarlos y de igual forma, debe usar el símbolo ®.

No anote leyendas o figuras no reservables; y señale los datos de la Prioridad como lo vio con las marcas (recuerde... solo en el caso que quiera que reconozcamos su fecha legal extranjera).

No pegue etiquetas, pues un registro de aviso comercial no protege ni ampara diseños o logotipos.

Apunte su nombre, firma autógrafa, lugar y fecha; marque el recuadro correspondiente y presente los siguientes documentos anexos: (ver la explicación en marcas).

- 1.- Comprobante de pago.**
- 2.- Documentos de Reglas de Uso (en su caso).**
- 3.- El documento de prioridad (en su caso).**

Por último veamos qué son los nombres comerciales.

*Un **nombre comercial** es el nombre que se le da a un establecimiento (sea industrial, comercial o de servicios), a una negociación o a un comercio. Éste y el derecho a su uso exclusivo están protegidos, sin necesidad de registro.*

Si no necesita registrarse... ¿de qué sirve su publicación?

Es simple, con la publicación se establece la presunción de buena fe en la adopción y el uso del nombre comercial, frente a terceros.

¿ Y aplica para toda la República como en las marcas?

*No, únicamente abarca la **zona geográfica** de la clientela efectiva de su empresa o establecimiento al que se aplica el nombre comercial, y solamente se extenderá a toda la República Mexicana si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.*

¿ Y cómo debe solicitarse esa publicación?

Muy fácil, sólo llene una solicitud (el mismo formato que hemos visto), anexe el comprobante de pago y los documentos que acrediten el uso efectivo del nombre comercial aplicado a un giro determinado.

¿ Y la solicitud se llena igual?

Sí, se siguen los mismos pasos que para registrar una marca y se aplican las siguientes salvedades:

Primero

Señale ahora que quiere publicar un **nombre comercial**:

Por la presente se solicita:

(Marque sólo una opción)

- Registro de Marca
- Registro de Marca Colectiva
- Registro de Aviso Comercial
- Publicación de Nombre Comercial**

Recuerde marcar solamente una opción

Diga el nombre de quien utiliza el nombre comercial y señale el domicilio (en México) para oír y recibir notificaciones, como en el caso también de marcas.

Segundo

Indique en el apartado correspondiente al signo distintivo que **nombre** tiene **su establecimiento, negocio o local comercial**:

07) Signo distintivo:

**No indique el tipo de marca...
... pero sí diga desde cuando usa el nombre comercial, pues es un requisito
¡¡¡indispensable!!!**

La fecha de primer uso no puede faltar, asimismo, recuerde que ésta no puede ser modificada posteriormente.

Tercero

Respecto a los recuadros de la clase, los deberá dejar en blanco y únicamente llenar el apartado que dice: “11) Giro preponderante:” pues ahí debe indicar el giro de su establecimiento o negocio. Recuerde que el nombre comercial no distingue productos o servicios como tal:

10) Clase: <input type="text"/>	11) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:
---------------------------------	--

Cuarto

Diga dónde se ubica su establecimiento o negocio:

¡¡¡Recuerde que también es un requisito indispensable!!!

12) Ubicación del establecimiento: Domicilio (calle, número y colonia):	
Población y Estado: Código postal:	País:

**No señale ni leyendas, ni figuras no reservables, ni datos de prioridad.
¡¡¡No pegue etiquetas !!!**



Apunte el nombre del solicitante o del mandatario y su firma autógrafa, lugar y fecha; marque el recuadro correspondiente y presente los siguientes documentos anexos: (ver la explicación en el apartado relativo a marcas).

- 1.- Comprobante de pago.**
- 2.- Documentos de Reglas de Uso (en su caso).**
- 3.- Fe de Hechos.**

¿Y qué hay de los documentos que acreditan el uso efectivo del nombre comercial aplicado a un giro determinado?

*Esos documentos son aquellos que demuestran que es el **propietario** del negocio, local o establecimiento identificado con el nombre comercial que solicita publicar; que comprueban que el **giro** a que se dedica su negocio es el que señaló en su solicitud; que confirman que efectivamente en el **domicilio** que indicó se ubica su establecimiento; que evidencian que en la fecha que apuntó, empezó a usar el nombre comercial; y que legal y visiblemente dan fe de todo lo anterior, teniéndose que anexar **fotografías** recientes de la fachada donde se ostente dicho nombre comercial.*

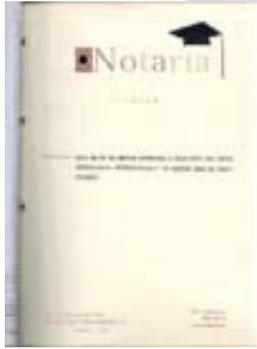
¿Y dónde consigo todos esos documentos?

*Es fácil, vaya con un Notario o Corredor Público y solicite una **Fe de Hechos**.*

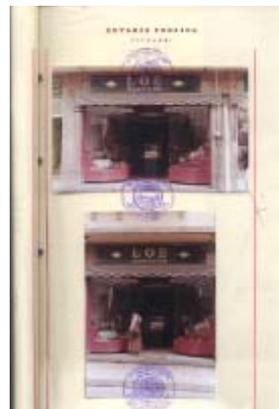
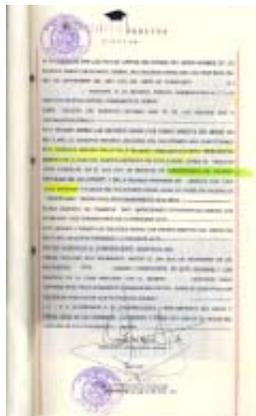
*La **Fe de Hechos** es un documento público suscrito ante un Notario o Corredor Público, e integrado por la narración de los hechos percibidos por ellos; dando así exactitud, integridad, solemnidad y eficacia probatoria al hecho o instrumento que emiten. Un ejemplo es el siguiente:*

35 Guía del Usuario de Signos Distintivos

TESTIMONIO: ACTA DE FE DE HECHOS LEVANTADA A SOLICITUD DE (su nombre como solicitante) SE EXPIDE PARA EL SOLICITANTE.



“EL SUSCRITO NOTARIO (o Corredor) ACOMPAÑADO DEL SOLICITANTE NOS CONSTITUIMOS EN EL DOMICILIO UBICADO EN (domicilio del establecimiento) DONDE SE ENCUENTRA UN LOCAL COMERCIAL EN EL QUE HAY UN NEGOCIO DE (giro) PROPIEDAD DEL SOLICITANTE, Y EN LA FACHADA PRESENTA UN ANUNCIO QUE DICE (nombre comercial) Y A DECIR DEL SOLICITANTE DICHO LOCAL LO POSEE EN CALIDAD DE “PROPIETARIO” DESDE (fecha de primer uso). EN ESE MOMENTO SE TOMARON DOS IMPRESIONES FOTOGRÁFICAS, MISMAS QUE SE ANEXAN Y QUE FORMAN PARTE DE LA PRESENTE ACTA (...)- DOY FE”.



no olvide las fotos

¿Y el cuadro que dice Registro de Marca Colectiva?

Por la presente se solicita:
(Marque sólo una opción)

- Registro de Marca
- Registro de Marca Colectiva
- Registro de Aviso Comercial
- Publicación de Nombre Comercial

Recuerde marcar solamente una opción

!!! Excelente !!! Se lo explicaré

Una **marca colectiva** es aquel signo visible que distingue en el mercado los productos y servicios de las asociaciones, sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, respecto de los productos o servicios de terceros.

De esta manera, se convierten en un requisito indispensable las **Reglas de Uso de la Marca Colectiva**, que deberán presentarse con la solicitud.

¿Y se siguen los mismos pasos que para registrar cualquier marca?

Sí... (Datos generales del titular, domicilio para oír y recibir notificaciones, signo distintivo, tipo de marca, fecha de primer uso, señalamiento de productos o servicios, número de clase, ubicación del establecimiento, etiquetas, leyendas y figuras no reservables, datos de la prioridad reclamada, nombre y firma de los solicitantes o su mandatario y los documentos anexos) ... **son exactamente iguales.**

Consejos útiles

- 1.-** *No señale datos falsos, recuerde que firma bajo protesta de decir verdad.*
- 2.-** *Firme la solicitud y documentos que presente en forma autógrafa (de puño y letra), pues a falta de firma en la solicitud o promociones (escritos) que presente, éstos se desecharán.*
- 3.-** *Tenga en cuenta que si firma la solicitud en representación de alguien más, no es necesario que exhiba la documentación correspondiente con la finalidad de acreditar la personalidad, pues de conformidad con la leyenda que aparece en la parte superior del recuadro relativo a la firma, manifiesta bajo protesta de decir verdad, que cuenta con las facultades legales para llevar a cabo el respectivo trámite. Asimismo, recuerde que si con posterioridad a la presentación de la solicitud interviene un nuevo mandatario, éste deberá acreditar la personalidad que ostenta con los documentos originales necesarios para tal efecto.*
- 4.-** *Presente la traducción, y en su caso, la apostilla de todos aquellos documentos emitidos en el extranjero que anexe a su solicitud y que por su naturaleza así lo requieran.*
- 5.-** *Evite que le requiramos por oficio los documentos anexos. (**¡ojo!** sólo tiene 2 meses para contestar los oficios, contados a partir del día siguiente de la fecha de notificación, y dos meses más como prórroga adicional única, contados a partir del día siguiente de la fecha de vencimiento del plazo anterior). Recuerde que debe anexar el comprobante de pago por concepto de contestación y en su caso por cada mes de prórroga (máximo 2 meses).*
- 6.-** *Conteste siempre los oficios que se le envíen, aunque no esté de acuerdo con ellos, pues la falta de contestación es motivo de abandono de su trámite.*
- 7.-** *Al contestar no modifique ni la fecha de primer uso ni su signo distintivo ni los productos o servicios, pues de lo contrario tendrá que pagar como un nuevo trámite, cambiándose su fecha legal.*
- 8.-** *No olvide indicar las leyendas o figuras no reservables (sólo para marcas).*

9.- En la etiqueta adherida a la solicitud de marca innominada, tridimensional o mixta, no deben aparecer palabras o leyendas que puedan engañar o inducir a error al consumidor, sin embargo sí podrán aparecer denominaciones que no constituyan una marca, siempre y cuando éstas se indiquen en el recuadro de leyendas no reservables.



10.- Cuando un diseño simule una letra, indíquela en su signo distintivo, pues la entenderemos como una letra estilizada. De igual forma, no indique una letra que no se aprecie en el diseño (sólo para marcas).

11.- Si indica que su marca es nominativa, no adhiera etiqueta alguna. De igual forma, si indica que es innominada, tridimensional ó mixta, no olvide adherir la etiqueta a la solicitud.

12.- Si su marca incluye una forma tridimensional y una denominación y/o diseño, señale únicamente el recuadro de Mixta. Recuerde, NUNCA debe marcar dos recuadros en el tipo de marca.

13.- Para marcas tridimensionales, no presente impresiones que describan la funcionalidad del producto, ni que separen en partes la figura integral; es decir, no muestre las partes por separado, sino la figura integral vista por 3 lados o perspectivas. Recuerde, debe ser original y distintiva. Por lo tanto, deben coincidir siempre: la indicación del tipo de marca, el señalamiento del signo distintivo y las etiquetas que en su caso procedan.

14.- No adhiera etiqueta alguna a su solicitud si quiere proteger una marca nominativa, un aviso o nombre comercial.

15.- Recuerde que puede utilizar los servicios electrónicos Solmarnet y Clasniza (Clasificación de Niza) para el llenado de los productos o servicios en la página web del IMPI.

16.- Use la marca, aviso o nombre comercial tal y como quedó registrado o publicado, ya que de no hacerlo, un tercero interesado podría solicitar su caducidad.

17.- No olvide renovar cada diez años el registro y/o publicación de los signos distintivos que tenga (6 meses antes o 6 meses después de la fecha de vigencia).

18.- Si es distribuidor, importador, usuario, representante o agente de un titular de una marca registrada en el extranjero, no la registre a su nombre en México si no tiene su consentimiento, pues es causa de nulidad por mala fe.

19.- Si cambia de domicilio, avísenos por escrito.

20.- Recuerde siempre: "Primero en tiempo, primero en derecho," por tanto, su fecha de presentación (fecha legal) determina la prelación o derecho preferencial que tiene; por lo mismo ¡¡¡APÚRESE !!!

21.- Cualquier información relativa a marcas, avisos comerciales y nombres comerciales puede consultarla de manera electrónica con el Visor de Documentos de Propiedad Industrial (VIDOC) que le permite en forma gratuita y en horario abierto la consulta y descarga de los expedientes electrónicos de propiedad industrial de carácter público en <http://vidoc.impi.gob.mx>, o en su caso, al contar con el número de expediente o de registro puede utilizar el Servicio de Consulta Externa sobre Información de Marcas (MARCANET) en <http://marcanet.impi.gob.mx/marcanet/controler/TramiteBusca>, o bien, puede tener acceso a la publicación mensual de la Gaceta de la Propiedad Industrial, en la cual se publican, entre otros, las marcas, avisos y nombres comerciales, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 14 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

40 Guía del Usuario de Signos Distintivos

Las Gacetas de la Propiedad Industrial pueden ser consultadas de manera electrónica vía el Sistema de Información de la Gaceta de la Propiedad Industrial (SIGA) que es el Portal Oficial de la Gaceta de la Propiedad Industrial para la puesta en circulación, consulta y descarga electrónica de la Gaceta de la Propiedad Industrial en todos sus volúmenes, así como los acervos de información publicada desde 1873 a la fecha sobre patentes, marcas y asuntos contenciosos en <http://siga.impi.gob.mx>.

Acérquese a nosotros, estamos para ayudarle.

Versión Enero 2011