

Protección de la identidad empresarial

Supongamos el caso de una empresa dedicada a la fabricación y distribución de vinos. Imagínese que, después de una serie de años usando un determinado nombre para sus vinos, alguien ha registrado esa marca y no ha sido la propia empresa. Sería, a pesar de tratarse de un registro ilegítimo, una catástrofe. Años de trabajo y esfuerzos tirados y aprovechados por un tercero que no ha invertido absolutamente nada en el producto. Es más, ni tan siquiera tiene por qué tratarse de un producto de similares características.

Para entendernos, después de una serie de inversiones para obtener un buen vino y colocarlo en el mercado a un precio determinado, alguien se adueña de ese mercado, y de todo nuestro esfuerzo, con sólo registrar un nombre.

De ahí que la necesidad de proteger la identidad de las empresas, la imagen que ofrecen al mercado, o los productos o servicios que ofrece a los consumidores y la forma de presentación de los mismos, sean temas esenciales para el buen desarrollo de la actividad empresarial. El fin de una empresa es ganar en cuota de mercado, difusión y prestigio a su competencia; por lo que debe asegurarse de que su inversión en tiempo y recursos para el desarrollo de productos o servicios no van a ser aprovechados de forma ilícita por sus competidores.

Desde este enlace podrá descargar una guía para la protección de la propiedad industrial , que incluye también la propiedad de los recursos en internet, nombres de dominio y marcas.