

La marca y el lema comercial para las empresas

**DANIELA
BAUTISTA**

Abogada del Área de Propiedad Intelectual del Estudio **Mañiz Piura**



Los lemas comerciales son aquellas frases creativas y pegajosas que acompañan a una marca para reforzar su identidad y posicionamiento frente a sus potenciales consumidores.

Sabemos que estamos ante un lema comercial exitoso cuando al escucharlo, lo relacionamos rápidamente con su marca, como sucede con "Just do it" de Nike, "Destapa la felicidad" de Coca Cola, o "Cerca de ti" de D'Onofrio.

Tanto el diseño de la marca como el lema comercial forma parte vital de la estrategia publicitaria de una empresa, y requiere de un trabajo creativo importante para lograr el impacto esperado a partir del uso correcto del color, formas y palabras; pero también requiere de un acompañamiento legal consciente orientado a verificar la originalidad de las marcas y lemas comerciales elegidos, determinar la viabilidad de su registro y así evitar colisionar con alguna marca o lema comercial ya existente, lo cual puede ser considerado como una infracción por uso indebido de los bienes de propiedad industrial de otra empresa y tener como consecuencia multas que pueden llegar hasta las 150 UTT, según los criterios de Indecopi.

Las grandes empresas tienen muy clara la importancia de construir y proteger su marca y demás bienes de propiedad industrial e intelectual en general. Las pequeñas y medianas empresas, por su parte, necesitan darles este mismo valor e importancia a estos aspectos, si tienen una visión y proyección de crecimiento a largo plazo, entendiendo que con la transformación digital y el boom de las compras online resulta necesario forjar una identidad marca fuerte, atractiva y legalmente viable.