

NOTAS DE APOYO

UNIDAD 1: PECULIARIDADES DE LAS MARCAS

Historia de las marcas

Con la ayuda de un video introductorio para definir la terminología clave, el principal componente de esta actividad es una cronología interactiva que brinda a los estudiantes un panorama general de la historia de cómo se desarrollaron las marcas a nivel internacional.

Entre los términos clave se incluyen:

- **Marca** - es un signo único y distintivo que permite diferenciar los bienes o servicios que adquirimos a diario. Puede consistir en diversos tipos de signos. La marca utilizada con mayor frecuencia es un nombre o LOGO. Sin embargo, muchas leyes de marcas modernas permiten registrar cualquier signo distintivo - un sonido, un aroma o incluso un gesto. En el siguiente enlace encontrarás ejemplos de marcas de sonido en Estados Unidos:
<https://www.uspto.gov/trademark/soundmarks/trademark-sound-mark-examples>
- **Imagen de marca** - el carácter percibido de la fuente de un producto o servicio, a diferencia de sus marcas u otras características.

Se sugiere realizar tareas de reflexión para que los alumnos utilicen activamente el contenido destinado principalmente a los alumnos de estudios empresariales, pero que también resultan pertinentes para todos los usuarios de este recurso.

Detecta la calidad

Esta tarea interactiva ayuda a los estudiantes a reflexionar sobre su propio consumo de productos y servicios. Se basa en el conocimiento de los estudiantes y estimula la discusión y la reflexión sobre por qué determinados productos pueden ser falsificados y las repercusiones que esto tiene en consumidores y productores. Con el objetivo de identificar las características de los productos falsificados, esta actividad es especialmente adecuada para alumnos de estudios empresariales y de comunicación.

Las respuestas correctas a la tarea interactiva son las siguientes:

IMAGEN DE MARCA PROTEGIDA	PRODUCTO
	Club de fútbol
	Pantalones de jean y fabricante de prendas de vestir
	Fabricante de artículos deportivos
	Fabricante de automóviles
	Red social
	Empresa de tecnología de la información y las comunicaciones
	Restaurante de comida rápida especializado en hamburguesas
	Fabricante de bebidas efervescentes
	Banco

Algunos aspectos fundamentales para determinar por qué algunos productos y servicios pueden ser más fáciles de falsificar que otros:

- Si el producto es una entidad física que se puede fabricar fácilmente y sin dificultad técnica
- El tamaño y el costo material del producto (por ejemplo, es más fácil copiar un par de pantalones de jeans de marca que un automóvil de marca).
- La transportabilidad del producto (o de sus partes, como las etiquetas) del lugar de fabricación al mercado
- El uso de elementos de seguridad en los productos genuinos, como hologramas o sellos de agua.
- La dificultad de distinguir productos genuinos de los falsificados

Para la actividad del cuadro de texto interactivo, se sugieren los comentarios de la columna derecha a fin de estimular la discusión:

¿POR QUÉ SE COPIAN ALGUNOS PRODUCTOS DE MARCA?	VERDADERO, FALSO O NO SÉ
<p>Los productos de marca suelen ser caros y las personas que producen copias intentan ofrecer alternativas más baratas a los consumidores.</p>	<p>Si bien esta parece ser una postura socialmente progresista, la realidad es muy diferente. Quienes fabrican productos falsos lo hacen en entornos no regulados, que no respetan los derechos de los trabajadores, las necesidades del medio ambiente o los derechos de los consumidores de adquirir productos manufacturados de manera segura.</p>
<p>Quienes copian productos de marca tratan de lucrarse al engañar a las personas para que compren un producto de calidad inferior.</p>	<p>Quienes organizan la producción de bienes falsificados procuran lograr el mayor margen de lucro posible. Este lucro a menudo está vinculado con el tráfico ilegal de drogas y armas o la trata de personas.</p>
<p>Algunos productos de marca son muy caros y las personas que no tienen mucho dinero solamente pueden comprar versiones falsificadas más baratas de peor calidad, pero iguales en apariencia.</p>	<p>Este es un verdadero problema para muchos consumidores. En el caso de algunos productos, la mala calidad puede no importar demasiado, pero siempre existe un riesgo de que debido a que el producto fue fabricado ilegalmente, no cumpla las reglamentaciones de seguridad, por lo que una prenda de vestir puede ser altamente inflamable, los productos farmacéuticos pueden contener elementos tóxicos y los artefactos electrónicos pueden tener defectos de ingeniería que provoquen daños a los usuarios.</p>

<p>Los productos de marca suelen tener una base de consumidores leal, de modo que las personas que copian el empaquetado del producto intentan apelar a ese grupo de personas sin tener que crear publicidad para sus productos.</p>	<p>Este es un ejemplo clásico de cómo los falsificadores socavan la propiedad intelectual de los artistas y diseñadores y la confianza de los consumidores en una marca de calidad. En lugar de trabajar para lanzar un nuevo producto y diseños de marca, utilizan las marcas ya existentes para su propio beneficio económico.</p>
<p>Es muy difícil crear una nueva idea para una marca, por lo que resulta más fácil copiar una marca consolidada y exitosa.</p>	<p>Es difícil crear nuevas ideas y diseños, pero es justamente por eso que se debe valorar y respetar a quienes dedican tiempo y energía a hacerlo y quienes tienen talento y competencias para ejecutar sus ideas. Las leyes de propiedad intelectual protegen este talento creativo.</p>

Solo una copia

Esta actividad se inicia con la tarea de escuchar activamente un video explicativo sobre cómo se registran las marcas y el carácter de la protección que otorgan. Al sensibilizar sobre la importancia de respetar las leyes de marcas, la actividad alienta a los alumnos a comenzar a reflexionar sobre algunas de las consecuencias peligrosas de la falsificación. Esta tarea, que se basa en publicaciones en las redes sociales, está dirigida especialmente a alumnos de estudios empresariales, arte y diseño, y comunicaciones.

Al abordar las consecuencias de la falsificación en los consumidores y la sociedad en general se han de plantear las siguientes cuestiones fundamentales:

- Las consecuencias en la economía y la pérdida de empleos en empresas que desarrollan actividades con una marca registrada.
- La mala calidad de los productos falsos, que pueden ser peligrosos para los consumidores. Por ejemplo, prendas de vestir inflamables, sustancias tóxicas en los productos farmacéuticos, ingeniería defectuosa de los productos eléctricos.
- Las pandillas delictivas que venden productos ilegales fabricados en condiciones laborales deficientes, utilizando fábricas y entornos laborales no regulados y, en ocasiones, el trabajo infantil y la coerción.
- Las repercusiones en el medio ambiente de los residuos de las manufacturas que se desechan sin la supervisión de organismos reguladores y la dificultad de deshacerse de manera segura de productos falsos confiscados (que contienen materiales desconocidos).