



MARCAS RESPONSIVE

Las Marcas son uno de los elementos más importantes para el establecimiento del negocio en el mercado nacional e internacional. Por medio de estas, las empresas muestran al público sus productos y generan un nombre ante sus clientes y frente a la competencia.

Pese a esto, el registro de una marca y la estructuración de una protección marcaria alrededor del modelo de negocio suele dejarse en un segundo plano, lo que puede afectar la imagen que se tiene sobre los clientes, en caso de que un tercero malintencionado intente adelantar el registro del logo ante la autoridad.

La protección marcaria se puede dar en varios frentes, estructurando un sistema de registrabilidad marcaria que proteja y blinde a la compañía de posibles registros que puedan adelantar terceros para aprovecharse de elementos fundamentales de la marca, como son aquellos que generen en la mente del consumidor un reconocimiento inmediato de la compañía. Un ejemplo de esto son las 3 rayas de Adidas o la manzana de Apple.

Frente a este tipo de proceso, podemos ver como marcas como Coca-Cola, Adidas o Starbucks, por nombrar algunos ejemplos, han venido estructurando una serie de marcas y logos que amplían el reconocimiento de la marca sobre los consumidores. De esta manera, se reduce la posibilidad que terceros tomen provecho de los elementos más importantes de las marcas y la empresa tenga elementos de sobra para limitar y restringir el registro de marcas similares que puedan afectar su imagen ante los clientes y el mercado.

En la actualidad, esta serie de marcas ha evolucionado gracias a las tecnologías y el auge de las redes sociales, en lo que ahora se llaman las marcas responsive. Por medio de este proceso, las empresas tendrán la forma de potenciar su valor comercial y estimular el reconocimiento de las marcas en distintos medios y redes.



Las marcas responsive tienen como objetivo replantear la forma en que las compañías presentan su marca ante los consumidores, buscando que sean fáciles de recordar y puedan ser reconocidos en cualquier red social.

Esta nueva tendencia busca que las marcas pasen por un proceso de rediseño para transformar la marca y adaptarla a escenarios de uso común en los consumidores. Para lograr este tipo de diseño, es importante que se determinen los elementos más impactantes de las marcas en los consumidores y adaptar, variar y simplificar la marca eliminando elementos no necesarios y adaptándola a los objetivos, diseños y tamaños de las nuevas redes sociales, siempre buscando que estos nuevos logos puedan ser reconocidos a simple vista.



Las marcas responsive son la solución que tienen las empresas para mantener el ritmo frenético de las nuevas tecnologías, donde las imágenes y los elementos visuales tienen una mayor importancia en el comercio de los productos y/o servicios que ofrece la compañía como también mantener la identidad de la marca sin importar la forma o medio donde interactúen sus clientes.

Si quieres conocer como registrar tu marca o establecer un sistema de protección marcario, no dudes en contactarnos.

Por: **Bernardo Sandoval**
brodriguez@scolalegal.com

27 de noviembre de 2024