



Curso

registro de marcas

2025

para abogados

Contenido

- 1** FODA
- 2** Marco legal
- 3** Espectro de distintividad
- 4** Impedimentos legales más comunes
- 5** Diseña tu servicio legal aquí
- 6** Notas
- 7** Recursos y recomendaciones

Realiza un análisis para saber en dónde te encuentras y de esa forma, establecer estrategias y acciones hacia la siguiente fase de tu servicio.

FORTALEZAS

OPORTUNIDADES

DEBILIDADES

AMENAZAS

- 1** CONVENIO DE PARIS
- 2** ACUERDO DE VIENA
- 3** ACUERDO DE NIZA
- 4** ARTÍCULO 28 -CPEUM
- 5** LFPPI
- 6** REGLAMENTO LPI
- 7** LEY FEDERAL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO
- 8** CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES
- 9** MARCO JURÍDICO NACIONAL-IMPI

03

Espectro de distintividad [®]

01

Marcas
Genéricas
Ej: Jacuzzi

02

Marcas
Descriptivas
Ej: Cafetería MX

03

Marcas
Sugestivas
Ej: Microsoft

04

Marcas
Arbitrarias
Ej: Apple

05

Marcas
Fantasía
Ej: Kodak

GUÍA PARA EL ANÁLISIS

Nombre de la marca >

Actividades comerciales >

Clase de NIZA >

Tipo de marca >

Porcentaje >

Conclusión >

Comentarios >

Los 5 más comunes del Artículo 173 LFPPI.

- I Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca.

-
- IV Los signos que considerando el conjunto de sus características sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir.

-
- xiii Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor
-

xv

Los signos, frases, elementos de imagen, oraciones, avisos o nombres comerciales, susceptibles de engañar al público o inducir a error.

xviii

Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios.

05

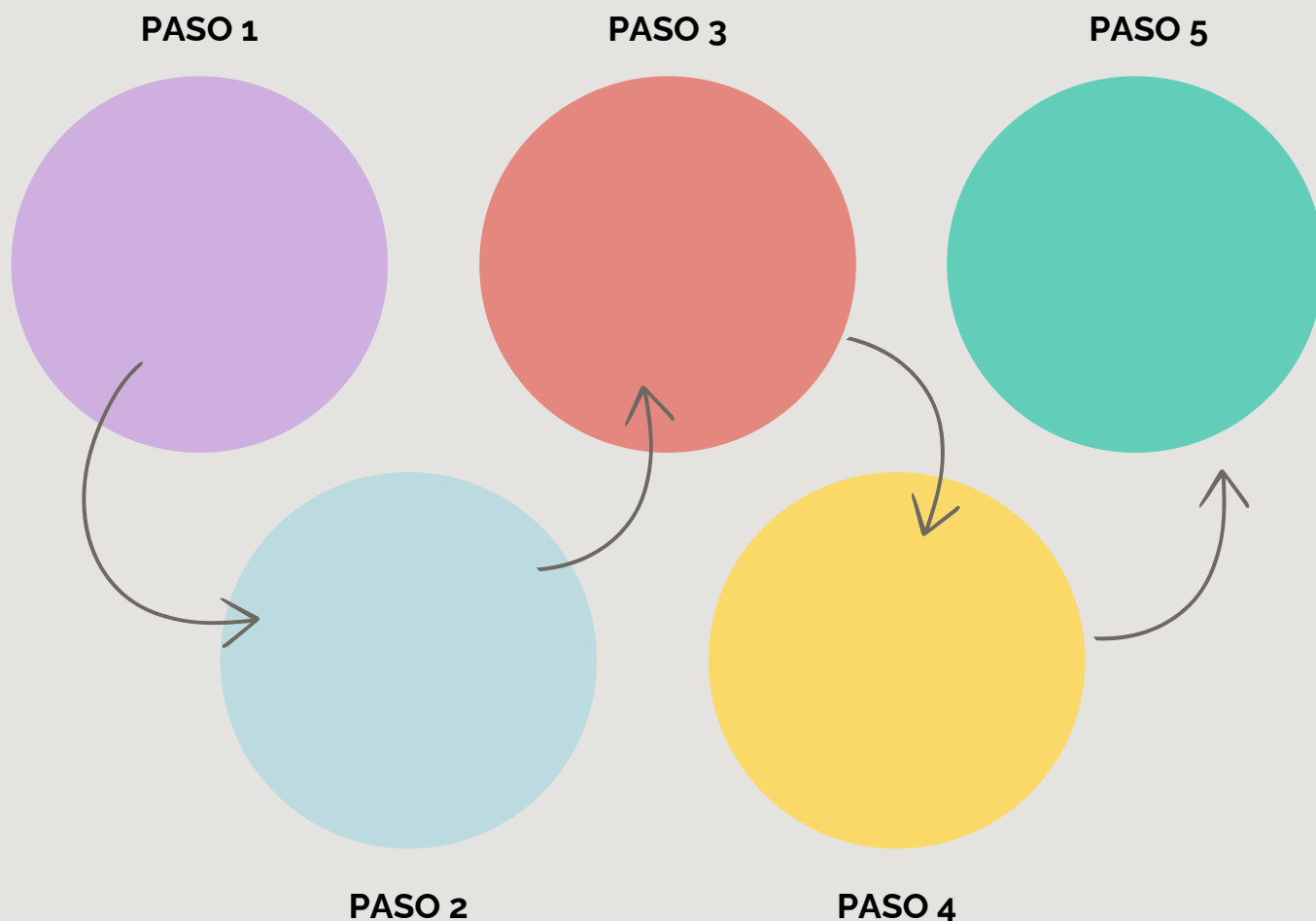
Diseña tu servicio aquí.

®

Utiliza este espacio para desarrollar tu flujo de trabajo.

Piensa en los pasos desde que te contacta un cliente hasta la conclusión del procedimiento.

WORKFLOW



NOTAS:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Recursos

- 1** CUENTA PLATAFORMA: TCLC
- 2** LIBROS: RECOMENDACIONES
- 3** TRATADOS ADMINISTRADOS: OMPI
- 4** ACUERDO: PLAZOS IMPI
- 5** CLASIFICADOR NIZA
- 6** DECLARACIÓN DE USO Y RENOVACIÓN-IMPI

MANIFIESTO DE LA PI



*Creo en la protección de las ideas.
Creo en el valor de la propiedad intelectual.
Creo en la excelencia profesional.*