

**Ventajas y desventajas del registro de marcas:
Amazon Brand Registry
Por: Eryka Paola García Guillén**

La presencia de las marcas en el comercio electrónico es una constante. Los *marketplace* como Amazon desarrollan soluciones informáticas para la compraventa de bienes y servicios; muestra de ello es la herramienta denominada “Amazon Brand Registry” —disponible en México por medio del sitio <https://brandservices.amazon.com.mx/>— que oferta el desarrollo de las marcas a sus usuarios, con contenidos sobre la historia de cada marca, la descripción de los productos, la personalización de texto e imágenes, la publicación de anuncios para posicionamiento, la escalabilidad en la visibilidad ante posibles clientes e información sobre sus preferencias de consumo, incluyendo la opción de analizar la vida de la marca dentro del ecosistema de la plataforma.

En otro apartado, el registro de marcas de Amazon provee una protección automatizada para detectar y eliminar contenidos imprecisos o bien actualización de infracciones de marcas, motores de búsqueda y un proceso de reportes sobre infracciones que tiene como resultado dar de baja de la plataforma a los productos apócrifos e impedir la comercialización por parte usuarios infractores.

De acuerdo con su reporte de protección de marcas, “Amazon Brand Registry” tiene a la fecha los resultados siguientes:

- 5000 marcas protegidas con la detección y bloqueo de productos falsificados.
- 6 millones de cuentas de infractores cuyos productos no salieron a la venta.
- Reducción de un 99% de infracciones de marca dentro de la plataforma.
- Integración de un equipo de investigadores contra posibles infracciones de marca, con disponibilidad de 24 horas todos los días.

En resumen, las ventajas y desventajas de “Amazon Brand Registry” son las siguientes:

Ventajas

- Automatización de procesos de protección a los derechos de marca dentro de la plataforma de comercio electrónico de Amazon.
- Reconocimiento a los títulos de marca emitidos por las autoridades de Estados Unidos, Brasil, Canadá, México, Australia, India, Japón, Francia, Alemania, Italia, Turquía, Singapur, España, Países Bajos, Arabia Saudita, Polonia, Egipto, Reino Unido, Unión Europea y Emiratos Árabes Unidos.
- Mayor alcance y difusión de las bases de datos del IMPI y autoridades competentes en cada país.
- Atención y respuesta en tiempo real ante posibles infracciones.
- Efectividad al proveer reportes de su actuación de forma sistematizada.

Desventajas

- Confusión a los usuarios del sistema de propiedad intelectual al tener que proporcionar información sobre sus títulos de marca y vigencia de derechos a una plataforma de comercio electrónico ajena a la autoridad competente en la materia en cada país.
- No se reconoce, que el registro público de los derechos de propiedad industrial y su difusión en México, son facultades legales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) conforme al artículo 5º, fracciones XVI, XVIII y XIX de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI).
- Formulación de criterios y resoluciones ajenos al público consumidor en general, que pueden contravenir la legislación vigente en la materia.
- Resoluciones que privilegian mantener el mayor número de usuarios y la coexistencia de signos distintivos en la plataforma.
- Debido a que son sus reglas comerciales, no se acepta la injerencia de terceros.

En ese contexto, la automatización de procesos, incluyendo los de protección a las marcas en el comercio electrónico, representa un avance pues se simplifica el acceso a los usuarios en el mundo digital que difícilmente va a detenerse; por ello, es importante que las autoridades de cada país no permanezcan ajenas, automaticen también sus procesos de protección a la propiedad intelectual y establezcan directrices para todos los jugadores del mercado.

Las opiniones expresadas en este contenido son responsabilidad exclusiva del(a) autor(a) y no representan necesariamente los puntos de vista de la AMPPI.

Todos los Derechos Reservados©. La reproducción, copia y utilización total o parcial del contenido está expresamente prohibida sin autorización. AMPPI, A.C. Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, A.C