22/12/2020

ECONOMIST&JURIST

Redacción

¿Qué tipos de marcas se incluyen dentro de las “no convencionales”?

Las marcas cumplen una función esencial dentro de nuestra actual economía de mercado, permitiendo a los consumidores diferenciar entre sí productos o servicios en función de su origen. En una sociedad de consumo moderna como la nuestra, en la que las características técnicas de los productos y servicios son cada vez más parecidas, parece obvio el **papel esencial que cumplen las marcas** en el momento de la decisión de compra.

Tradicionalmente, las marcas debían ser representadas a través de **palabras** (**marcas denominativas**), **imágenes o dibujos** (**marcas gráficas**) o ambas **combinadas** (**marcas mixtas**), y las empresas optaban por distinguir sus productos en el mercado mediante nombres atractivos y fáciles de recordar para el público, así como formas o colores característicos.

Sin embargo, los avances en marketing y comercialización de productos y servicios, así como la saturación actual de los mercados, han llevado a una evolución en la forma en la que las marcas llegan al consumidor, apelando a otr

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |