

## ARTÍCULO DE REVISIÓN / REVIEW ARTICLE

# Derecho de Marcas en la Era del Comercio Electrónico: Retos y Estrategias de Protección

## Trademark Law in the Era of E-commerce: Challenges and Protection Strategies

Iván Gómez Samudio

Fundación Social Educativa y Cultural del Claustro Gómez, Panamá

### Article history:

Received May 28, 2024

Received in revised from July 30, 2024

Accepted September 27, 2024

Available online

April 30, 2025

### \* Corresponding author:

Iván Gómez Samudio

Electronic mail address:

[academica@claustrogomez.org](mailto:academica@claustrogomez.org)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1490-4073>

### Author history:

Polímata académico con formación en Filosofía y Educación. Doctorado en Filosofía con énfasis en Inv. En Educ. en la Univ. Tec. UNIVERSITAM de Baja California, Méx. Docente de Tiempo Completo en el Sist. Educ. Nacional de Panamá y facilitador en cursos de postgrado UNACHI en el área de investigación científica. Rector del Inst. Sup. Tec. Del Claustro Gómez y Presidente de la Fund. que ampara dicho instituto, lidera y promueve el desarrollo educativo de la región.

### ABSTRACT

In the context of the exponential growth of e-commerce, this article delves into the fundamental challenges facing trademark law. Rapid digitalization and globalization have expanded opportunities for online businesses but have also intensified the need for effective intellectual property protection. From major retail platforms to small virtual stores, brand management has become essential in a digital environment marked by competition and fraudulent practices. This study aims to explore in detail the legal and practical complexities associated with brand protection in e-commerce. Online trademark registration strategies will be examined, along with methods for monitoring and legally addressing infringements. Additionally, the article will analyze how brand reputation management and consumer trust-building are crucial elements in an increasingly saturated and competitive virtual market. Through a qualitative and subjective approach, this article will not only identify the current challenges facing trademark holders in e-commerce but also propose effective strategies to address them. It is expected that this analysis will provide legal professionals, as well as businesses and organizations, with the necessary tools to protect and strengthen their brands in the dynamic and challenging world of e-commerce.

*Keywords:* E-commerce, Trademark law, Intellectual property protection, Online brand management, Digital competition

### RESUMO

Em um contexto de crescimento exponencial do comércio eletrônico, este artigo mergulha nos desafios fundamentais enfrentados pelo direito de marcas. A rápida digitalização e globalização têm ampliado as oportunidades para as empresas online, mas também intensificaram a necessidade de uma proteção eficaz da propriedade intelectual. Desde grandes plataformas de venda até pequenas lojas virtuais, a gestão de marcas tornou-se essencial em um ambiente digital marcado pela concorrência e práticas fraudulentas. Este estudo propõe-se a explorar detalhadamente as complexidades legais e práticas associadas à proteção de marcas no comércio eletrônico. Serão examinadas estratégias de registro de marcas online, bem como métodos de vigilância e aplicação legal para abordar infrações. Além disso, será analisado como a gestão da reputação da marca e a construção da confiança do consumidor são elementos cruciais em um mercado virtual cada vez mais saturado e competitivo. Por meio de uma abordagem qualitativa e subjetiva, este artigo não apenas identificará os desafios atuais enfrentados pelos titulares de marcas no comércio eletrônico, mas também proporá estratégias eficazes para enfrentá-los. Espera-se que esta análise forneça aos profissionais do direito, bem como às empresas e organizações, as ferramentas necessárias para proteger e fortalecer suas marcas no dinâmico e desafiante mundo do comércio eletrônico.

*Palavras chave:* Comércio eletrônico, Direito de Marcas, Proteção da Propriedade Intelectual, Gerenciamento de Marcas Online, Competição Digital

## RESUMEN

En el contexto del crecimiento exponencial del comercio electrónico, este artículo se adentra en los desafíos fundamentales que enfrenta el derecho de marcas. La rápida digitalización y la globalización han ampliado las oportunidades para las empresas en línea, pero también han intensificado la necesidad de una protección efectiva de la propiedad intelectual. Desde grandes plataformas de venta hasta pequeñas tiendas virtuales, la gestión de marcas se ha vuelto esencial en un entorno digital marcado por la competencia y las prácticas fraudulentas. Este estudio se propone explorar en detalle las complejidades legales y prácticas asociadas con la protección de marcas en el comercio electrónico. Se examinarán estrategias de registro de marcas en línea, así como métodos de vigilancia y aplicación legal para abordar infracciones. Además, se analizará cómo la gestión de la reputación de la marca y la construcción de confianza del consumidor son elementos cruciales en un mercado virtual cada vez más saturado y competitivo. Mediante un enfoque cualitativo y subjetivo, este artículo no solo identificará los desafíos actuales que enfrentan los titulares de marcas en el comercio electrónico, sino que también propondrá estrategias efectivas para abordarlos. Se espera que este análisis brinde a profesionales del derecho, así como a empresas y organizaciones, las herramientas necesarias para proteger y fortalecer sus marcas en el dinámico y desafiante mundo del comercio electrónico.

*Palabras clave:* Comercio electrónico, Derecho de marcas, Protección de la propiedad intelectual, Gestión de marcas en línea, Competencia digital.

## INTRODUCCIÓN

El Derecho de la moda persigue dar respuesta a diferentes problemas jurídicos a los que se enfrenta la industria textil y de la belleza. Este libro se compone de diez trabajos en los que se desarrollan problemas jurídicos actuales que preocupan y ocupan en la actualidad a empresas del sector. (Antón Juárez, I. 2023).

En la era del comercio electrónico, caracterizada por la rápida digitalización y la creciente interconexión global, el derecho de marcas enfrenta una serie de desafíos sin precedentes. La expansión del comercio en línea ha abierto nuevas oportunidades para las empresas, permitiéndoles alcanzar audiencias globales de manera más rápida y eficiente que nunca. Sin embargo, junto con estas oportunidades vienen desafíos significativos en términos de protección y gestión de marcas en el vasto y a menudo complejo mundo digital.

El trabajo tiene como objetivo analizar el contrato de licencia de obtención vegetal desde el punto de vista contractual y antitrust. Para ello, se abordan sistemáticamente sus diferentes elementos y se atiende a las particularidades de su objeto que se configura sobre una modalidad sui generis de propiedad industrial como es el derecho de obtención vegetal. (Miranda Ribera, E. 2023).

Este artículo se sumerge en el análisis detallado de los retos que el comercio electrónico presenta para el derecho de marcas. En un contexto donde las transacciones comerciales se realizan cada vez más a través de plataformas en línea, desde grandes marketplaces hasta pequeñas tiendas virtuales, la necesidad de una protección sólida de la propiedad intelectual se vuelve imperativa.

Si tradicionalmente se ha basado en una relación vertical entre el suministrador del bien o servicio (generalmente una empresa) y un demandante (consumidor o empresario), la economía de la plataforma intermediaria genera en muchos casos un mercado horizontal, entre iguales (peers). (Cuenca Casas, M. 2020).

La globalización del comercio electrónico también ha llevado consigo el aumento de la competencia y la aparición de prácticas fraudulentas, como la falsificación de productos y la infracción de marcas. En este sentido, este artículo se propone explorar las complejidades legales y prácticas que surgen en el ámbito del comercio electrónico en relación con la protección de marcas.

Las posibilidades de branding, afinidad con el target, generación de notoriedad con costes reducidos, canal de venta y fidelización y creación de comunidades en torno a la marca, entre otras, hacen de Internet un medio cuanto menos necesario en los planes estratégicos de los anunciantes. (Castelló Martínez, A. 2013).

Se examinarán en profundidad diversos aspectos, como las estrategias de registro de marcas en línea, la vigilancia y monitoreo de posibles infracciones, así como las medidas legales y de cumplimiento disponibles para hacer frente a tales violaciones. Además, se abordarán cuestiones relacionadas con la gestión de la reputación de la marca en el entorno digital y la construcción de la confianza del consumidor en un mercado en línea cada vez más saturado y competitivo.

El marketing online ha alcanzado la mayoría de edad: tanto porque cronológicamente lo merece, como por su actual protagonismo dentro del marketing-mix de cualquier empresa. El marketing online ha venido no solo para quedarse, sino para relevar -con el empuje y la fuerza propios de la juventud- al marketing tradicional. (Maciá Domene, F. 2018).

A través de un enfoque cualitativo, de exploración y subjetividad, este estudio busca no solo identificar los desafíos actuales que enfrentan los titulares de marcas en el comercio electrónico, sino también proponer estrategias efectivas y soluciones prácticas para abordarlos. Al hacerlo, se espera proporcionar a los profesionales del derecho, así como a las empresas y organizaciones, las herramientas necesarias para proteger y salvaguardar sus marcas en el cambiante y desafiante panorama del comercio electrónico.

## MÉTODO

En este estudio, se adopta un enfoque cualitativo y exploratorio para investigar los desafíos que enfrenta el derecho de marcas en el contexto del comercio electrónico. La rápida digitalización y la creciente interconexión global han creado un entorno en el que las marcas se ven sometidas a una serie de desafíos sin precedentes. Con la expansión del comercio en línea, desde grandes plataformas de venta hasta pequeñas tiendas virtuales, la protección efectiva de la propiedad intelectual se ha vuelto más crucial que nunca. En este sentido, es fundamental comprender las complejidades legales y prácticas asociadas con la protección de marcas en el ámbito digital.

Para abordar estos desafíos, se lleva a cabo una revisión exhaustiva de la literatura relacionada con el derecho de marcas y el comercio electrónico. Esta revisión bibliográfica proporciona una base sólida para comprender el estado actual del campo y para identificar las principales áreas de preocupación. Además, se analizan casos relevantes y situaciones prácticas que ejemplifican los desafíos específicos que enfrentan los titulares de marcas en el comercio electrónico. Este análisis detallado de casos reales permite una comprensión más profunda de las complejidades legales y prácticas en la protección de marcas en línea.

Además de la revisión bibliográfica y el estudio de casos, se realizan entrevistas con expertos en derecho de marcas y comercio electrónico. Estas entrevistas proporcionan perspectivas adicionales sobre los desafíos y las estrategias de protección de marcas en línea, enriqueciendo así el análisis del estudio. Todos estos datos recopilados se someten a un riguroso análisis para identificar patrones, tendencias y temas emergentes en relación con los desafíos y las estrategias de protección de marcas en el comercio

electrónico.

Basándose en los hallazgos del estudio, se proponen estrategias efectivas y soluciones prácticas para abordar los desafíos identificados en la protección de marcas en línea. Estas estrategias buscan proporcionar a los profesionales del derecho y a las empresas las herramientas necesarias para enfrentar estos desafíos de manera efectiva en el cambiante paisaje del comercio electrónico.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el análisis detallado de los desafíos que enfrenta el derecho de marcas en la era del comercio electrónico, se han identificado una serie de contextos y tendencias significativas que influyen en la protección y gestión de marcas en el entorno digital. La rápida digitalización y la creciente interconexión global han generado un aumento en las transacciones comerciales en línea, lo que ha creado nuevas oportunidades para las empresas pero también ha amplificado la necesidad de una protección sólida de la propiedad intelectual. Este cambio ha traído consigo una serie de desafíos, como la aparición de prácticas fraudulentas, incluida la falsificación de productos y la infracción de marcas, que plantean amenazas significativas para los titulares de marcas en el comercio electrónico.

En respuesta a estas complejidades legales y prácticas, se han propuesto estrategias y soluciones prácticas para abordar los desafíos actuales. Estas estrategias incluyen la implementación de estrategias de registro de marcas en línea, el establecimiento de sistemas de vigilancia y monitoreo para detectar posibles infracciones, y la adopción de medidas legales y de cumplimiento para hacer frente a tales violaciones de manera efectiva. Además, se ha subrayado la importancia de abordar la gestión de la reputación de la marca en el entorno digital y de construir la confianza del consumidor en un mercado en línea cada vez más saturado y competitivo.

A través de un enfoque cualitativo y de exploración, este estudio ha proporcionado una comprensión más profunda de los desafíos y las oportunidades que enfrentan los titulares de marcas en el comercio electrónico. Al proponer estrategias efectivas y soluciones prácticas para abordar estos desafíos, se espera que este análisis contribuya significativamente a la protección y salvaguarda de las marcas en el cambiante y desafiante panorama del comercio electrónico.

## CONCLUSIÓN

El análisis detallado de los desafíos que enfrenta el derecho de marcas en la era del comercio electrónico revela la complejidad y la urgencia de la protección y gestión de marcas en el entorno digital. La rápida digitalización y la globalización han ampliado las oportunidades para las empresas en línea, pero también han dado lugar a una serie de desafíos sin precedentes, como la intensificación de la competencia y la proliferación de prácticas fraudulentas.

A través de este estudio, se ha destacado la necesidad imperativa de una protección sólida de la propiedad intelectual en un entorno donde las transacciones comerciales se realizan cada vez más en plataformas en línea. Se han examinado en detalle diversos aspectos, desde las estrategias de registro de marcas en línea hasta las medidas legales y de cumplimiento disponibles para abordar infracciones y proteger la reputación de la marca.

Además, se ha subrayado la importancia de abordar la gestión de la reputación de la marca y la construcción de la confianza del consumidor en un mercado virtual cada vez más saturado y competitivo. Este análisis, guiado por un enfoque cualitativo y subjetivo, no solo ha identificado los desafíos actuales que enfrentan los titulares de marcas en el comercio electrónico, sino que también ha propuesto estrategias efectivas y soluciones prácticas para abordarlos.

Se espera que este estudio contribuya significativamente a proporcionar a profesionales del derecho, empresas y organizaciones las herramientas necesarias para proteger y salvaguardar sus marcas en el cambiante y desafiante panorama del comercio electrónico. La aplicación de estas estrategias efectivas ayudará a mitigar los riesgos asociados con el entorno digital y a garantizar la integridad y el valor de las marcas en el mercado global en evolución.

#### *Conflict of interests*

El autor declara que no mantiene conflicto de interés que puedan afectar los resultados y conclusiones presentadas en este artículo.

#### REFERENCIAS

1. Antón Juárez, I. (2023). Cuestiones actuales del Derecho de la Moda. *Aranzadi / Civitas*.
2. Miranda Ribera, E. (2023). El contrato de licencia de obtención vegetal. *Aranzadi / Civitas*.
3. Cuenca Casas, M. (2020). Las fintech de préstamos o crowdlending: La contratación a través de plataformas intermediarias en línea. *Editorial Reus*.
4. Castelló Martínez, A. (2013). Estrategias empresariales en la web 2.0. Las redes sociales online. *Editorial Club Universitario*.
5. Maciá Domene, F. (2018). Estrategias de marketing digital. *Anaya Multimedia*.



**Mexican Academy of Health Education A.C.**  
**Membership:** Our commitment is to keep professionals and students in training updated in this constantly evolving area. If you are interested in being part of our community and accessing exclusive benefits, the first step is to obtain your membership. Join us and stay up to date with advances in health education.

MEMBERSHIP SUBSCRIPTION IS FREE.  
Request your membership to the  
<https://forms.gle/kVYBYRdRnYZff14y9>

