

El sentido económico de la marca

► *Permite reducir costos de búsqueda a los consumidores*

■  HUGO GOMEZ APAC

El concepto es la expresión abstracto-intelectual de un objeto, representa lo que es sin enunciar nada sobre él; mientras que la definición es la expresión breve y completa de lo que significa un vocablo o debe entenderse por un objeto, con la capacidad para distinguir de otras el vocablo u objeto.

En ese sentido, la marca es un concepto, y una definición de ella puede ser la siguiente: cualquier signo perceptible, distintivo y susceptible de representación gráfica que sirve para diferenciar en el mercado los productos o servicios producidos por un agente económico de los productos o servicios producidos por otro.

Son ejemplos de marca: Pepsi, para distinguir bebidas gasificadas; Reebok, para diferenciar calzado deportivo; Continental Vida, para distinguir servicios financieros; Super Taxi, para diferenciar servicios de transporte, entre otros.

Naturaleza jurídica

Para entender la naturaleza jurídica de la marca es necesario ubicarla antes dentro del Derecho patrimonial. Este es el sistema que regula los mecanismos que posibilitan a los sujetos de derecho, como agentes económicos, satisfacer sus necesidades materiales con recursos escasos. El Derecho patrimonial, a su vez, se manifiesta a través de dos subsistemas independientes e interrelacionados: el primero, las situaciones jurídico-subjetivas de atribución de derechos sobre bienes, conocido como Derechos Reales; el segundo, las relaciones jurídico-patrimoniales de cooperación, llamado Derecho de Obligaciones.

En el primer subsistema se guarda el derecho más importante que se atribuye a los agentes económicos: la propiedad.

La propiedad puede ser definida como la atribución exclusiva del uso, disfrute y disposición de un bien.

Un bien es cualquier objeto material o abstracto susceptible de utilidad económica al amparo del ordenamiento jurídico.

En razón al tipo de bien sobre el que recae el derecho de propiedad, puede dividirse a éste en propiedad física, propiedad incorporal y propiedad corporativa. Así, se ejerce propiedad física sobre una casa, propiedad incorporal sobre la autoría de un libro y propiedad corporativa sobre acciones de una sociedad anónima.

La propiedad incorporal se divide además en dos vertientes:



la propiedad intelectual y la propiedad industrial. La primera se refiere a los derechos de autor. La segunda, al derecho que se tiene sobre marcas, nombres comerciales, patentes de invención, diseños industriales y otros.

La marca como creación del ingenio humano no tiene corporeidad física. Es un objeto abstracto. La marca Citizen no puede ser tocada, partida o quemada. Al destruir un afiche de pinturas Tekno se pierde el afiche, no la marca. Sin embargo, para su funcionalidad la marca debe materializarse en un signo perceptible y susceptible de representación gráfica mediante palabras, números, combinaciones de colores, formas tridimensionales y otros. La materialización de la marca puede hacerse tantas veces como se quiera.

La marca es un bien porque es un objeto abstracto cuya atribución tiene utilidad económica. Para nuestra legislación es un bien mueble (artículo 886, numeral 6 del Código Civil), aunque una marca ni se mueve ni está fija. Lo apropiado es decir que es un bien registrable incorporal.

Es importante distinguir el derecho sobre el bien y el bien en sí. El derecho sobre una marca, como propiedad industrial, es una situación jurídico-subjetiva de atribución de los derechos de uso, disfrute y disposición sobre un bien registrable incorporal, consistente éste en un signo que diferencia en el mercado productos o servicios de sus similares.

En el caso de licencia de mar-

cas la atribución de derechos está limitada al uso.

Importancia económica

El beneficio en términos económicos de la marca como bien es su capacidad de reducir costos de búsqueda de los consumidores. Gracias a la información o reputación que una marca incorpora a un producto o servicio los consumidores ahorran tiempo y dinero en buscar en el mercado productos o servicios de calidad idónea. No tienen que ir de tienda en tienda probando artículos, pues dirigen su búsqueda a bienes con marca de reputación. Lo mismo sucede con los servicios. El costo de pagar por una marca de calidad se compensa en el ahorro en costos de búsqueda de información.

Como conseguir la reputación de una marca implica para el empresario titular costos en desarrollar la calidad del producto o servicio prestado, costos en publicidad, marketing, entre otros, es preciso proteger la reputación propia del provecho de terceros. Entonces, la utilidad económica del derecho de marca como propiedad industrial consiste en excluir a otros agentes económicos de los beneficios propios de una marca en particular. Allí radica la importancia de la exclusividad que otorga el registro de marcas, al conceder a su titular el uso exclusivo conforme lo establece el artículo 162 de la Ley de Propiedad Industrial.

CONSULTORIO JURIDICO

SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Este tipo de sociedad se adapta a empresas de mediano o pequeño capital, por lo que su organización es más sencilla, ya que la constituyen dos personas como mínimo y veinte como máximo. Los socios sólo asumen responsabilidad por el monto de sus aportes, el capital social está dividido en participaciones iguales, acumulables e indivisibles, que no podrán incorporarse a títulos valores ni denominarse acciones, por lo que no recurren al público para la colocación de participaciones.

¿Dónde se inscribe a esta sociedad?

Toda sociedad comercial de responsabilidad limitada debe inscribirse en el Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de su región.

¿Cuáles son los requisitos para su inscripción?

Título que da mérito a la inscripción: escritura pública de constitución de la sociedad comercial de responsabilidad limitada (parte notarial), que contenga los estatutos de la sociedad.

El contrato social de este tipo societario debe contener lo siguiente:

1º) Datos de identificación de los contratantes; si es persona natural, indicar nombre, nacionalidad, estado civil, ocupación y domicilio de cada uno de ellos. Si es persona jurídica: nombre o razón social, domicilio y nombre de quienes lo representan.

2º) Tipo específico de la sociedad que constituyen (sociedad comercial de responsabilidad limitada).

3º) La denominación o razón social.

4º) Fin u objeto social, señalándose clara y precisamente los negocios y operaciones que la constituyen.

5º) Duración de la sociedad, inicio de operaciones.

6º) El importe del capital social, número de participantes en que se divide el capital, con sus respectivas asignaciones.

7º) El aporte de cada socio en dinero, en otros bienes o en servicios o industria; determinándose el valor atribuido a las aportaciones no dineradas, y el criterio adoptado para su avalúo, y las participaciones que se les asigne.

8º) Domicilio social y, en su caso, los lugares en que la sociedad acuerda establecer sucursales u otras dependencias.

9º) Forma y manera como se expresará la voluntad de los socios, cuando son más de cinco; régimen de la junta general de socios.

10º) El régimen de administración y las facultades de los administradores; régimen de poderes.

11º) Nombramiento del primer gerente o gerentes.

Costo del trámite

Derecho a presentación: 26 nuevos soles.

Derecho de inscripción: tres veces el capital dividido entre mil.

Decreto Ley 11240: 10 por ciento del total.

Se deberá pagar, además, 16.50 nuevos soles por cada acto adicional, tales como el nombramiento de gerentes, apoderados, entre otros.