
**XXIII CONGRESO DE LA
ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE
GAS LICUADO DE PETRÓLEO**

**LA IMPORTANCIA DE LA MARCA EN LA
INDUSTRIA DEL GLP**

Dra. Zoila Horna Z.

¿Qué es una marca?

- D.Leg. 823 (ley peruana): “*Se entiende por marca todo signo que sirva para diferenciar en el mercado los productos y servicios de una persona de los productos o servicios de otra persona*”.
- Decisión 486 de la Comunidad Andina (Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia): “... *constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado*”.
- Decisión 8/95 del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay): “*Los Estados parte reconocerán como marca para efectos de su registro cualquier signo que sea susceptible de distinguir en el comercio productos o servicios*”.

¿Para qué sirve una marca?

La marca contiene información sobre la calidad, cualidad y origen empresarial de un producto. En este sentido, fomenta la transparencia y la competencia.

- Identificar el origen empresarial y la calidad del producto que se desea adquirir.
- Distinguir productos de una empresa de los demás productos que se ofrecen en el mercado.
- Evitar confusión directa (creencia equivocada de que un producto pertenece a una empresa) o indirecta (creencia equivocada de que el producto está de alguna forma asociado con una empresa).
- Ahorrar costos de búsqueda.

¿Cómo se crea una marca?

- La marca incorpora información.
- La creación de una marca supone invertir en desarrollar el producto, mejorar y mantener su calidad, publicidad, etc. - Posicionamiento de la marca: retención en la mente de los consumidores / preferencias.
- La marca puede convertirse en el activo más importante de la empresa.
- El valor de la marca está determinado por la calidad del producto + familiaridad del público con la marca.

¿Qué derechos confiere la marca?

Uso
exclusivo



“El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente”.
Derecho de propiedad sobre la marca.

Impedir la supresión,
modificación o
uso de la marca



“El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos: (...) b) suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado (...) sobre los envases (...) d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro”.

Oponibilidad erga omnes inherente al derecho de propiedad.

¿Cómo funciona la marca en la comercialización de GLP en cilindros?

El Decreto Supremo 01-94-EM (ley peruana) dice que:

- Cada envasadora debe inscribir su signo y color en la Dirección General de Hidrocarburos del Ministerio de Energía y Minas (art. 45).
 - Cada envasadora debe grabar en relieve su signo y pintar con su color y signo los cilindros (art. 47).
 - La comercialización de GLP envasado sólo puede realizarse en cilindros rotulados con el signo y pintados con el color de la envasadora (art. 46 y 47) .
- **Por mandato de la ley, los cilindros de GLP llevan grabada y pintada la marca de la empresa envasadora propietaria o responsable.**

Dos registros:

- DGH: El registro del signo y color sirve para identificar a la empresa responsable por las condiciones de seguridad del envase. No otorga derechos exclusivos.
- INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual): El registro del signo otorga derechos de propiedad.

Cilindros grabados y pintados con la marca de la envasadora responsable:



¿Porqué los cilindros de GLP deben llevar la marca de la envasadora?

- Para permitir el cumplimiento de las funciones propias de la marca (información, diferenciación de productos, etc.).
 - Para distinguir a la empresa responsable de las condiciones de seguridad del cilindro.
- **Una envasadora puede comercializar GLP en cilindros que llevan la marca de otra empresa sólo si celebra un acuerdo de corresponsabilidad.**

Acuerdo de Corresponsabilidad → Licencia de uso de marca
+
responsabilidad compartida

Infracciones a los derechos marcarios de las envasadoras

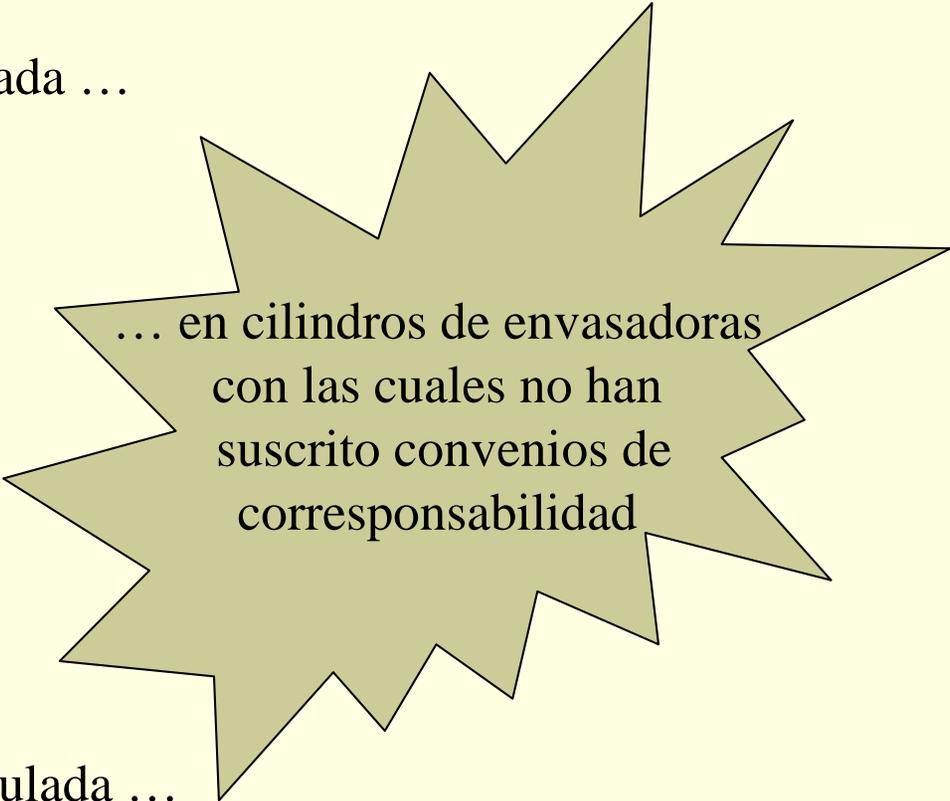
Algunas empresas:

Suprimen la marca pintada ...

Modifican la marca pintada ...

Usan la marca rotulada ...

Suprimen la marca rotulada ...



... en cilindros de envasadoras con las cuales no han suscrito convenios de corresponsabilidad

Perjuicios causados por la violación de derechos marcarios:

Para las empresas envasadoras titulares de la marca:

- Violación de su derecho de propiedad.
- Pérdida en ventas derivada del uso de cilindros por la competencia.
- Pérdida del valor de la marca (activo) porque ya no cumple función distintiva.

Para los consumidores y la sociedad en general:

- Pérdida de la distintividad del signo que identifica a la empresa responsable por la seguridad del cilindro.
- Pérdida de la función informativa de la marca.
- Afectación de las condiciones de competencia y desincentivo a la inversión.

Conclusiones

- Tomar conciencia del importante rol de la marca en la industria de la comercialización de GLP (calidades del producto + condiciones de seguridad del producto).
- Lucha frontal y decidida contra el uso ilegítimo de derechos de marca (piratería).
- Campañas de información al consumidor sobre la importancia de la marca.



Muchas gracias

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.