

Registros de marcas y nombres

Tipos y razones de coexistencia de marcas

El esfuerzo que conlleva establecer una empresa, difundir el nombre, crear una marca, darla a conocer e imponerla en el sector, puede verse diluido si no se activan las herramientas legales correctas para su protección.



Víctor Matías Pérsico
Distribuidora Ogarayti
ogarayti@fibertel.com.ar
www.ogarayti.com.ar

El "nombre comercial" es aquel que sirve para distinguir una empresa que se dedica a la industria, comercio o agricultura. El derecho del nombre surge con el uso, continúa por su utilización y no exige la registración como marca.

La Ley 3.975 otorga un derecho de propiedad sobre el nombre comercial, razón social o designación de cualquier comercio o establecimiento.

Por su parte, la "marca" es la denominación de un producto o servicio cuyo objeto es permitir al consumidor diferenciar uno de otro. A diferencia del nombre, el simple uso de una marca no tiene ningún valor legal sino que requiere de registración ante el organismo correspondiente.

Esta marca puede consistir en una denominación (marca denominativa), en un logo (marca figurativa) o en la combinación de ambas lo cual se denomina isologotipo (marca mixta).

La persona que ha registrado una marca puede oponerse a que exista otra igual o semejante en la clase o rubro en que la inscribió. A esto se lo denomina derecho de prelación, que implica que quien actuó primero tiene mayor derecho. En tal sentido, quien pretende salvaguardar con mayor amplitud su marca, puede inscribirla en todas las clases.

Aún así, cuando los rubros de los productos son bien diferenciados la nueva marca podrá ser discutida judicialmente para la coexistencia. Esto sucede cuando las marcas corresponden a distintos productos o servicios. Es decir, por ejemplo, que una marca corresponde a alarmas electrónicas (rubro de seguridad electrónica) y la otra designa fideos secos (rubro alimenticio). En este caso, la Justicia podrá expedirse a favor de una convivencia pacífica de ambas denominaciones.

CÓMO REGISTRAR UNA MARCA

Nuestra legislación recepta el "Convenio de París para la Protección Industrial", que admite que la impugnación de una marca solo es procedente proceda cuando exista "reproducción, imitación o traducción -de otro idioma- de marcas notorias".

A la hora de registrar una marca, es preciso que el usuario tenga en cuenta ciertos aspectos. En primer lugar, hay términos que son de vocablo común. Así por ejemplo, quien utiliza el nombre "Alarmas José" no puede pretender la exclusividad del término "alarma" y deberá coexistir con quien se llame, por ejemplo, "Alarmas Pedro". Lo mismo es aplicable a las terminaciones o raíces propias de un rubro o sector. Aquí podemos citar, a modo ejemplificativo, a las exposiciones industriales que en su mayoría comienzan o terminan siempre con la palabra "Expo": Expo-Ferretera, Seguriexpo, Expo-Armas, Expoagro, Expo-medical, por solo citar algunas.

Tampoco puede pretenderse exclusividad sobre las denominaciones, figuras o dibujos de dominio público. En tal caso, quien bajo el nombre de "Alarmas San Martín" registra como logo la cara del prócer, no puede pretender exclusividad sobre aquel rostro. También quien dibuja una alarma deberá coexistir con cualquier otro dibujo de alarma que no se trate de una burda imitación.

El plazo para presentar judicialmente una oposición a una marca similar es de diez años desde la registración de la marca considerada como origen de la confusión.

Por otra parte, el término para dejar sin efecto el nombre de un comercio o establecimiento es de tan solo un año. Pasado dicho plazo, se entiende que la preexistente aceptó la convivencia de las mismas.

La Inspección General de Justicia controla, a la hora de inscribir a las sociedades comerciales, que no existan dos nombres iguales. En cambio, el organismo competente para la registración de una marca, es el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual - INPI-, el cual también se ocupa de la inscripción de patentes de invención, modelos y diseños industriales y licencias de "know how".

En suma, es importante que el titular sea consciente de resguardar el esfuerzo que conlleva establecer una empresa, difundir el nombre, crear una marca, darla a conocer e imponerla en el sector; todo lo cual puede verse diluido si no se activan las herramientas legales correctas para su protección. ■



Distribuidora OGARAYTI

SEGURIDAD INDUSTRIAL

www.ogarayti.com
15-5922-4705

DISTRIBUIDOR MAYORISTA



atomlux