

informe.

Hombres y mujeres de negocios desconocen ventajas competitivas que trae la defensa de su propiedad intelectual. Informalidad es uno de los problemas.

Cerca del 10 % de firmas registra su marca ante el Indecopi



MIRKO CAMPANA BOYER
mirkocampana@laindustria.pe

Según el Anuario de Estadísticas Institucionales del Instituto Nacional de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), al cierre del 2015 se registraron 26.354 nuevas marcas y se renovaron 11.682. Asimismo, en el 2014, el 43 % de las marcas registradas fueron de origen extranjero, el 93 % del total se realizaron en Lima, mientras que apenas un 7 % se hizo a través de las oficinas provinciales (ver infografía).

Y aunque las cifras parecieran ser positivas, la realidad es incierta. Veamos el caso de La Libertad. Información proporcionada por el Instituto de Economía y Empresa (IEE), en nuestra región habría un poco más de 80 mil establecimientos al cierre del 2015 (cálculo realizado en base al IV Censo Económico del 2008 del Inei), de los cuales más del 75 % estaría operando con más de cinco años en el mercado regional.

No obstante, el director del IEE, Francisco Huerta Benites, sostiene que conside-

rando el flujo y stock de solicitudes de registro de marcas en la región, éstas no deben representar más del 10 % de las empresas potenciales que deberían solicitarlas, que serían la mayor parte de sociedades anónimas y sociedades comerciales, así como cierto grupo dinámico de las personas naturales que forman parte del conjunto de los 80 mil establecimientos existentes en la región.

“El problema es que no desarrollan una visión estratégica de sus negocios, ello se ve, por ejemplo, en el horizonte de su planeamiento financiero —la mayoría es a un año—, también por las características internas y el entorno de sus negocios, que siempre están pensando en el corto plazo y en no formalizar adecuadamente sus negocios”, comenta.

Para el caso del presidente ejecutivo y gerente general de Ukuchay Investigación — Consultoría, Javier Bustamante, el dilema radica en el equívoco pensamiento de muchos empresarios sobre el financiamiento que implica la creación y registro de una marca. “Muchos empresarios consideran un gasto al registro de una marca y no una inversión. Por el lado contrario están aquellos empresarios que tie-

nen un alto interés en darle valor a sus marcas. Por ejemplo, en Trujillo, la marca Merpisa tuvo un valor más allá de sus activos tangibles cuando fue vendida a supermercados Wong; y en esa misma dirección la reciente negociación de Copy Ventas adquirida por Tai Loy”, explica.

En opinión del jefe de Indecopi —sucursal Trujillo, Sergio Obregón Matos, la falta de conocimiento de empresarios sobre del valor real de la marca y de la potencialidad en su explotación, son dificultades que debilitan el interés por optar por la protección de la propiedad intelectual.

Ventajas competitivas

Huerta Benites del IEE, señala que construir y registrar una marca consolida la identidad corporativa de una empresa, reduce los costos de marketing, permite una ventaja comparativa ante la competencia, incrementa la eficacia de las ventas y contribuye a ganar cuota de mercado.

El también experto en marketing, Javier Bustamante, sostiene que el nombre de una marca, sus colores, el estilo de la tipografía y el diseño del logotipo, cumplen una función de diferenciación. “Entonces, si detrás de una marca hay toda una estrategia de

SOLICITUDES DE REGISTRO DE MARCA—LA LIBERTAD

Año 2013	
TOTAL	346
POR TIPO	
Marca de producto/servicio	328
Lema comercial	2
Nombre comercial	7
Multiclase	9

Año 2014	
TOTAL	413
POR SOLICITANTE	
Persona Natural	205
Persona Jurídica	171
POR TIPO	
Marca de producto/servicio	374
Lema comercial	2
Nombre comercial	6
Multiclase	31

Año 2015	
TOTAL	348
POR SOLICITANTE	
Persona Natural	194
Persona Jurídica	154
POR TIPO	
Marca de producto/servicio	342
Lema comercial	5
Nombre comercial	7
Multiclase	54

Año 2016	
Alcance (a la fecha)	149

TASAS DE PAGO

S/ 534,99 es el pago por inscripción de la marca, de acuerdo al tipo que produce.
S/ 533,30 pago por cada clase y/o rubro adicional.

¿CÓMO REGISTRAR UNA MARCA?



1 Identificación del tipo de marca a registrar.

2 Identificación de los productos y/o servicios a distinguir con la marca.

3 Identificación del titular de la marca (sea una persona natural o una persona jurídica).

4 Ahora debe seguir dos fases:

Primera fase (opcional).
Procedimiento de Búsqueda de Antecedentes, con la finalidad conocer si la marca que desea registrar ya se encuentra registrada o en trámite en el Indecopi.

Búsqueda Fonética:
S/ 30,99 por una clase, a partir de la búsqueda en dos clases a más existen escalas en el monto.

Búsqueda Figurativa:
S/ 38,46 por una clase, a partir de la búsqueda en dos clases a más existen escalas en el monto.

Segunda fase
Es la de registro de marca, el trámite dura 180 días hábiles, el mismo que es un aproximado de 6 a 8 meses. Para su inicio resulta necesario la presentación de:

Un formato (6 juegos + su cargo), **El pago** de la tasa respectiva. **De ser solicitado** el registro como una persona jurídica también se debería presentar la copia simple de la vigencia de poder del representante legal y de la copia literal de inscripción de constitución. **6 impresiones** de la marca (c/u en su hoja independiente), solo en el caso que su marca sea mixta o figurativa.

NOTA: es importante mencionar que todo procedimiento de registro de marca se tiene que precisar el rubro o clase donde va a utilizar la marca. Debe ingresar a los siguientes links: <http://www.wipo.int/mgs/index.jsp?lang=es> <http://tramites.oepm.es/clinmar/euroclassNiza/inicio.action>

NOTA: los pagos se podrán efectuar en las siguientes cuentas bancarias:
BANCO SCOTIABANK N.º 170-0186511
BANCO DE CREDITO N.º 193-1161125-0-34
BANCO DE LA NACIÓN: 000-282545

LO QUE DEBE CONOCER

El registro de marcas y otros signos se divide en las siguientes formas de inscripción:

- Marca de producto y/o servicio
- Nombre comercial
- Lema comercial
- Marcas colectivas
- Marcas de certificación

POTENCIAL DE CRECIMIENTO

4,4 % de crecimiento promedio anual registró La Libertad entre los años 2008 y 2014. En el 2015 se estima un crecimiento de 1,1 %; mientras que en el sur fue de 5,4 %; norte 5,2 %; oriente en 4,2 % y centro en 3,8 %, durante el mismo periodo, según el BCR—Trujillo.

6.º lugar — a nivel nacional — se encuentra La Libertad en calidad del crecimiento, según el BCR.

165.000 empresas existen en La Libertad, señala el Instituto de Economía y Empresa (IEE).

56,3 % de informalidad empresarial existe en la región, según el IEE.

MARCAS EN EL PERÚ
(Según análisis de Ukuchay)

43 % de las marcas otorgadas el 2014 por el Indecopi en el Perú fueron de origen extranjero.

93 % de registros en el 2014 se realizaron en Lima, y 7 % a través de las oficinas regionales del Indecopi.

0,99 % del total de las marcas otorgadas en el 2014, se realizaron en La Libertad, según Anuario de Estadísticas Institucionales 2014—Indecopi.

20 % habría aumentado el registro de marcas en el Perú al cierre del 2015, según Ukuchay.

'branding' o arquitectura de marca; no queda más opción que protegerla. La acción de protegerla es el registro ante las autoridades competentes, aquí en Perú las marcas se registran en Indecopi, y protegerla significa que nadie más podrá utilizar esa denominación en su favor o registrar nada parecido”.

Además de un tema comercial, Obregón Matos, enfatiza que el registro de una marca es importante porque es “la única forma efectiva de protegerla frente a posibles copias o imitaciones por parte de quienes se quieran aprovechar del prestigio ganado” en el mercado.

En tanto, según cifras del BCR—sucursal Trujillo, entre el 2008 y 2014, La Libertad ha registrado un crecimiento promedio anual de 4,4 %, consolidando así el mercado para el surgimiento de nuevas iniciativas de negocio; sin embargo, como bien lo hemos explicado en este informe, esta tendencia no se ve reflejada en el registro de marcas. Tema aún por mejorar.

¡Ahora o nunca!

Javier Bustamante, de Ukuchay, recomienda a los empresarios, reconsiderar la posibilidad de inscribir su marca ante Indecopi, más aún que la tecnología se ha convertido en una nueva plataforma para posicionar un producto o servicio.

“No dejemos de lado aspectos como la categoría de producto o servicio a la que pertenece, las marcas que serán sus competidoras, el mercado meta al que apunta la marca, y ahora que estamos en la era digital, es importante considerar los dominios disponibles. Actualmente, se registran más de 65 millones de dominios .com; entonces, es vital que nuestra marca no tenga el dominio ocupado. En otras palabras, no solo considerar que no esté registrado ante Indecopi, sino que el dominio esté libre. Para tener en cuenta, hoy día, 24 de junio, existen cerca de 100 mil dominios .pe, 100 mil nombres. La tarea de diferenciarte se convierte en una odisea”, concluye el especialista.

ASÍ OPINA



Sergio Obregón Matos. Jefe de Indecopi—Trujillo

“Se ha creado desde el año 2013 el Centro de Desarrollo de la Propiedad Intelectual, en el cual se brinda una atención personalizada y especializada a los empresarios que deseen efectuar el registro. Contamos con una ventanilla de atención exclusiva para este tipo de usuarios que visitan nuestra oficina. Además, realizamos visitas a los emprendedores en sus locales, en las que se les explica los beneficios de contar con una marca registrada”.

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

(Según el Instituto de Economía y Empresa)

80 mil establecimientos estarían operando en La Libertad al 2015, considerando la tasa de ingreso y salida del mercado.

75 % de estos negocios estaría operando con más de 5 años en el mercado.

Los establecimientos se concentran en la provincia de

- (70 %)** Trujillo
- (7 %)** Ascope
- (6 %)** Pacasmayo
- (4 %)** Chepén

63 % de establecimientos son comercios al por mayor y menor; y el **10 %** son de alojamiento y servicios de comida.

90 % son personas naturales y el **5 %** son sociedades anónimas, el resto son empresas individuales y sociedades comerciales en similar proporción.