



in-FORMATE

PLAGIAR ES PESCAR EN PECERA

Revista: 36
 Autor: Cristina González
 Fecha: 2/15/2006

[Volver al Sumario](#)
[Opinar](#)

NUMEROS

LISTADO
 ARTICULOS
 ENCUESTAS
 FORO



COLABORAN



Todos deseamos conocer como podemos proteger frente a terceros el fruto de nuestro [trabajo](#). El mundo de las copias, la piratería, el plagio... está cada día más presente en el mercado afectando tanto a los empresarios como a los consumidores. Con la Jornada Técnica, organizada por la Asociación de Antiguos Alumnos, 'Cómo hacer frente al plagio' se acercó la casuística de este ámbito a los asistentes a través de la experiencia profesional del abogado Ignacio Alamar, ponente invitado a esta jornada.

Hoy en día los intangibles tradicionales de una empresa: marcas, diseños, etc. constituyen uno de los activos más valiosos que se poseen. Aun cuando en el terreno personal puede hacer gracia encontrar a alguien que se llame como tú o vaya vestido igual, no es lo mismo en el ámbito empresarial. Y aunque pueda parecer que el plagio no revierte negativamente en el consumidor final esta creencia es errónea.

El Estatuto de la Propiedad Industrial de 1.929 había quedado totalmente obsoleto y no respondía a las necesidades de los empresarios ni suponía una adecuada protección de los consumidores, por lo que en 1.986, con motivo del ingreso de España en el Mercado Común, se inició un cambio legislativo sin precedentes, promulgándose nuevos textos legales de gran calidad técnica que regulan todas estas materias. 'Si en 1984 algún cliente me venía con un problema de copia de su producto lo primero que le recomendaba era calma. En esos momentos estas cuestiones se tenían que resolver exclusivamente por la vía penal', comenta Ignacio Alamar, abogado especializado en competencia desleal y propiedad industrial e intelectual.

COMPETENCIA DESLEAL

La Ley de Competencia Desleal española (LCD) es de 1991, aun cuando otras [normas](#) jurídicas también contemplan supuestos de deslealtad, por ejemplo, en las leyes de sociedades mercantiles, de protección de [datos](#), de publicidad, etc. La aplicación de la Ley de Competencia Desleal se efectúa de forma "objetiva", según su artículo quinto, según el cual, se reputa desleal todo comportamiento que resulta objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe' y no se exime al infractor de responsabilidad ante el incumplimiento de la misma por desconocimiento de que el acto o el comportamiento era desleal.



Pero ¿cuándo se puede decir que se está llevando a cabo competencia desleal? Señala el ponente que la LCD recoge tres tipos de supuestos distintos: aquellos actos o comportamientos que consisten en aprovechar el esfuerzo de otros participantes en el mercado, los ataques directos a otras empresas y cuando el comportamiento incide directamente o limita las posibilidades de actuación de los participantes en el mercado. Aunque en cada una de estas categorías existen

QUEREMOS SABER

¿Que opinas de la nueva Polivalencia Electrónica?

- Me parece genial, muy interesante
- Está bien, contenidos buenos!
- Normal, como otras que he visto
- Podría mejorarse
- No me gusta.

[Votar](#)

[Ver Resultados](#)

EL TIEMPO

Tu Ciudad:

[GO!](#)

VEN...
 VEN...
 VEN...

Asociación
 Antiguos
 Alumnos
 UPV

DESCUENTOS
 VENTAJAS
 DEPORTES
 COMPAÑEROS

múltiples casos cabe destacar algunas por su implicación. Así, Ignacio Alamar explica que el 'plagio, visto desde la perspectiva del consumidor, sería un acto de confusión, pero desde el punto de vista del empresario sería imitación. Pero en ambos casos nos encontramos ante supuestos de competencia desleal'.

Cuando se imita o copia un producto, no se incide únicamente, sobre los beneficios que deja de obtener el fabricante del producto original por pérdida de ventas, sino que las pérdidas son muy superiores dado que para sacarlo al mercado, por lo general, se ha tenido que invertir en diseño, matricería, prototipos, personal especializado, producción, publicidad, etc. 'Por ejemplo en el mundo del mueble normalmente se sacan varias colecciones con sus respectivas familias de productos cada una de ellas. Evidentemente, sólo tiene éxito en el mercado 2 ó 3 de esos modelos, pero la empresa ha tenido que fabricar y lanzar todos los productos con su correspondiente inversión para ofertarlos al mercado. Sin embargo, cuando una empresa plagia a otra solo lo hará sobre los productos que sabe están vendiéndose con éxito. De esta forma podríamos decir que cuando se plagia se pesca en pecera', explica Alamar.

Además de los supuestos de plagio, la Ley de Competencia Desleal califica como tales otras conductas hasta ahora muy frecuentes en la práctica empresarial que no habían sido prohibidas legalmente como, por ejemplo, la revelación de secretos empresariales (usurpación de listados de clientes y de proveedores o del "know how" de la empresa), la violación de [normas](#) (el [trabajo](#) sumergido o la no aplicación de [normas](#) específicas de un sector determinado), la venta a pérdidas, la venta con obsequios, cuando superen el 15 % del valor del producto, la inducción a la ruptura de contratos de [trabajo](#).

DISEÑO INDUSTRIAL

En los últimos años, el panorama legislativo en lo concerniente al diseño industrial ha sufrido una completa renovación. Actualmente, son aplicables en España un Reglamento Comunitario, que es de obligado cumplimiento por todos los ciudadanos de la Unión Europea (desde 2.002), y la Ley española de protección jurídica del diseño industrial (desde 2.003). No podemos pasar por alto que el valor añadido que marca la diferencia con los productos de la competencia, en ocasiones, es el diseño, no el precio, y estas [normas](#) tienen por objeto dotar de una mayor [seguridad](#) a las empresas en su funcionamiento, por ser el diseño uno de los campos de mayor auge y desarrollo en estos momentos.

Según la legislación existente 'no se necesita ser una obra de arte o de gran originalidad para estar protegido por esta ley. El diseño es la forma proyectada para los objetos de uso que serán fabricados en serie y hace que la gente los prefiera frente a otros', indica el ponente. El diseño industrial se concibe como un tipo de [innovación](#) formal sobre la apariencia del producto o de su ornamentación, en particular, líneas, colores, textura, forma, materiales o contorno. Lo que se protege es el valor añadido por el diseño al producto, prescindiendo de su nivel estético o artístico y de su originalidad

Se reconoce plena protección como derecho exclusivo de propiedad industrial al diseño industrial no registrado durante un plazo de tres años a contar desde la fecha en que el diseño se ha hecho público por primera vez dentro de cualquier país de la Unión Europea. Si se decide proceder al registro dentro del primer año, se concede el título para cinco años, prorrogables por otros cuatro periodos de igual plazo, hasta un máximo de 25 años.

Antes de la entrada en vigor de la nueva ley sobre diseño industrial cuando a un empresario le plagiaban algún producto, su reclamación resultaba difícil, necesitaba del diseñador para llevar a cabo el proceso legal en contra de los imitadores. Actualmente esto ya no es así dado que el diseñador independiente como autor puede tener la propiedad intelectual, pero el derecho a su explotación industrial para la [comercialización](#), corresponde al empresario, por lo que ya no se requiere de la figura del primero para su defensa eficaz frente al plagio.

MARCAS

La marca es el signo distintivo que sirve para diferenciar en el mercado los productos y servicios de los competidores. Es muy aconsejable para gozar de protección legal su



Anuncios Google

Registro Marcas Patentes

Servicio profesional, ágil y económico. Informe previo gratuito.
www.tecnopatent.com

Heda Patentes y Marcas

Tu inversión es lo más importante Paténtala ahora
www.patentesheda.com

Prácticas en empresas

Master en Propiedad Industrial e Intelectual de EOI y FundaciónPONS
www.ponspatentesymarcas.com

Marcas Patentes Diseños

Comunitaria 950€ Online.Compruébelo consultenos. Tlf: 968.935.333
www.grupopanamar.es

registro por lo que registrar

una marca es un tema de cultura empresarial. La Oficina Española de Patentes y Marcas es consciente de esta problemática y para facilitar su gestión tiene una página web (www.oepm.es) en la que se puede tener acceso de forma gratuita para conocer todas las marcas existentes y consultar los antecedentes para saber si existe alguna otra idéntica o similar. En ocasiones, hay casos en los que la empresa lo que solicita es una limpieza de sus marcas, y esto ocurre en los casos en los que se tiene una mayoría de marcas que no se usan, comenta Ignacio Alamar.

En el año 2.002 entró en vigor la nueva Ley de Marcas y su Reglamento de aplicación. A partir de ésta la solicitud de registro de marca deberá presentarse en lo sucesivo, ante el órgano competente de la respectiva Comunidad Autónoma (IMPIVA) donde el solicitante tenga su domicilio o un establecimiento serio y efectivo. Y tendrá una protección durante 10 años desde la presentación de la solicitud, e indefinidamente renovable.

Además de la marca nacional, puede solicitarse el registro de la Marcas Comunitaria en la "OAMI" (Alicante) para los 25 países que forman parte de la Unión Europea o, bien, el registro de la Marca Internacional, país por país, aquellos que nos interesen, en los 75 que forman parte del convenio internacional, entre ellos, Estados Unidos.

Junto a la marca registrada meramente usada, la Ley reconoce como categorías jurídicas: la marca notoria, que es aquella que goza de un alto grado de reconocimiento pero dentro de un determinado sector económico o de población, y la marca renombrada, cuando resulta conocida por la generalidad del público, con independencia de la calidad del producto y de su precio', explica Alamar.

Las marcas pueden ser denominativas, gráficas o mixtas. Pudiendo registrarse también marcas tridimensionales o sonoras. Son estos los diferentes tipos de marcas reconocidas en España. En Estados Unidos se pueden registrar las marcas olfativas y así, en este país existen unas pelotas de tenis se distinguen con la marca de olor a hierba fresca recién cortada.

Ley de Marcas regula también el Nombre Comercial que es el signo distintivo que sirve para diferenciar las empresas.

Y ¿qué pasa si nos intentan usurpar la marca o el nombre [comercial](#)? La ley ha previsto una serie de medidas novedosas en estos supuestos, como por ejemplo la facultad que se reconoce al interesado de exigir la destrucción de los bienes ilícitamente marcados, o su cesión con fines humanitarios. Se introduce como primicia, en todo caso y sin necesidad de prueba alguna, el derecho a percibir una indemnización del 1 % del volumen de negocios obtenido con los productos o servicios ilícitamente marcados por el infractor y una indemnización de hasta 600.- € por día transcurrido, hasta la total retirada del producto del mercado.

Toda las infracciones sobre propiedad industrial y competencia desleal son competencia de los Juzgados de lo Mercantil que empezaron a funcionar hace un año y medio.

Así, a lo largo de la jornada se fue desgranando los principales rasgos de la reglamentación jurídica que busca proteger nuestro [trabajo](#) al mismo tiempo que a nosotros mismos como consumidores. Y, aunque la legislación española en estas materias se ha actualizado nunca debemos de olvidar que el mercado y la picaresca no deja de evolucionar.

Actualmente hay 1 opiniones sobre este artículo. ¿Quieres opinar?, completa el [formulario](#) al final de esta página:

Nombre: chuqui

3/10/2006 0:0

este trabajo esta bien aspero pero mejoraria si tubiera imagenes

Alias:

Opinion:

Insertar opinión

Polivalencia.com edición electrónica de la revista Polivalencia publicación de la Asociación de Antiguos Alumnos de la Universidad Politécnica de Valencia. Camino de Vera s/n. Casa del Alumno. Tfl. 96 387 70 33 Fax 96 387 79 33