



ECOS Y COMENTARIOS

Ricardo de Lorenzo

LA IMPORTANCIA DE TENER LA MARCA REGISTRADA

La marca se define como un signo susceptible de representación gráfica que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios que una empresa ofrece frente a los de las demás. Forma parte de los llamados derechos de propiedad industrial y en nuestro ordenamiento está regulado en la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.

Esta posibilidad, que presenta para los consumidores el poder distinguir un bien o un servicio que una empresa ofrece frente a los bienes o servicios idénticos que la competencia puede ofrecer, es de vital importancia para las organizaciones ya que cuando un usuario o consumidor está satisfecho con un servicio es necesario que lo distinga de los demás ofertados en el mercado para que lo pueda volver a consumir o a utilizar.



Hoy en día nos encontramos ante una sanidad privada de una calidad excelente que exige un importante esfuerzo para distinguirse de los demás en el mercado, un esfuerzo en el que además de en el nivel de asistencia sanitaria, debe centrarse en el grado de satisfacción de pacientes, usuarios y familiares. Esta satisfacción se obtiene a través de la prestación de servicios que pueden quedar incluidos en una marca que para un ciudadano suponga la inmediata identificación con una alto nivel de asistencia sanitaria y de atención al paciente.

El registro de las marcas es importante porque otorga a su titular el derecho exclusivo a utilizarlas en el tráfico económico, impidiendo que terceros ofrezcan productos o servicios similares o idénticos con la mismas marcas o similares, que pueda suponer un riesgo de confusión para los consumidores.

¿Qué ocurre cuando se ofrece un servicio o un producto sin tener registrada la marca? En primer lugar, si un competidor adopta una marca similar para un servicio parecido podría generar confusión en los consumidores, llevándoles a que utilizaran un servicio o un producto de nuestros competidores. Pero no es sólo éste el riesgo que se corre porque podría darse el caso de que el competidor procediera a su registro ante la Oficina Española de Patentes y Marcas, sin que sea posible reclamarle nada al no haber registrado previamente la marca.

Debe tenerse en cuenta que la prioridad de uso de una marca sin registro no otorga la propiedad de la marca, salvo que estemos ante una marca notoria. Ni siquiera la inscripción de la denominación social en el Registro Mercantil supone que la marca quede automáticamente reconocida. Por este motivo es importante proceder al registro de la marca ante la Oficina Española de Patentes y Marcas, que será concedida por un plazo de diez años desde la solicitud, pudiendo renovarse indefinidamente.

El valor que las marcas desempeñan es evidente en lo que se refiere a la imagen de las empresas y a su reputación, llegando a tal punto que para algunas empresas la marca puede convertirse no sólo en un importante activo comercial sino en el activo más valioso que poseen. Desde luego en el sector sanitario, lograr una marca que genere confianza en los ciudadanos, es un activo muy importante frente a sus competidores.