

SEMINARIO SOBRE LA NUEVA LEY DE MARCAS

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

17-18 DE DICIEMBRE DE 2001

INAUGURACIÓN

ANNA BIRULÉS I BERTRÁN
MINISTRA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

MADRID, 17 DE DICIEMBRE DE 2001.

Discurso

- *Ilmo.* Subsecretario de Ciencia y Tecnología y Presidente de la Fundación EOI.
- Director de la Escuela de organización Industrial.
- Director General de la Oficina Española de Patentes y Marcas.
- Director de la Agencia de Protección de Datos.
- Estimados amigos.

Buenos días.

Es para mi una satisfacción especial participar junto a todos ustedes en la inauguración de estas jornadas sobre la nueva Ley de Marcas. Creo que constituyen un acierto, tanto por su contenido como por la oportunidad de las mismas, y por ello quiero felicitar a la Oficina Española de Patentes y Marcas y a la Escuela de Organización Industrial, entidades organizadoras de las mismas.

Y es también una satisfacción porque estar hoy con ustedes significa haber finalizado, tras un proceso laborioso, la elaboración de la nueva Ley de Marcas. Un proceso en el que la Oficina Española de Patentes y Marcas, los sectores empresariales implicados, los representantes parlamentarios y el Ministerio de Ciencia y Tecnología hemos realizado un importante esfuerzo que se ha visto compensado con un resultado que, permítanme decirlo, debemos calificar como excelente y por el que, desde aquí, deseo felicitar a todos.

Antes de hablar sobre la nueva Ley de Marcas, quiero hacer una breve reflexión sobre su papel en la política de reformas que el Gobierno ha llevado a cabo en los últimos años y sobre su importancia en el fomento del espíritu emprendedor en nuestro país, aspecto sobre el que han incidido estas reformas de forma notable.

Como ustedes saben, la política económica del Gobierno en los últimos 6 años ha venido protagonizada por una serie de importantes reformas estructurales. Reformas que han dotado a nuestra economía de una mayor flexibilidad, competitividad y, como está demostrando en estos momentos de incertidumbre económica internacional, de una mayor fortaleza y margen de maniobra.

Gracias a estas reformas, al equilibrio presupuestario, al incremento de la inversión en infraestructuras, a la reducción del peso de los impuestos sobre nuestras empresas y ciudadanos y a la decidida apuesta por la I+D+i, España crece por encima del resto de potencias económicas.

La aprobación de la nueva Ley de Marcas constituye precisamente un nuevo avance en esa apuesta por la I+D+i. Es un elemento que va a servir para alcanzar dos de los objetivos prioritarios de nuestra Política Científica y Tecnológica: el aumento de la competitividad de nuestras empresas y el fomento del espíritu empresarial.

El compromiso del Gobierno con este espíritu emprendedor es fundamental para mejorar el bienestar de toda nuestra sociedad.

Por esta razón el Ministerio de Ciencia y Tecnología está trabajando sobre diferentes aspectos claves en su desarrollo. Estamos apoyando la creación de nuevas empresas de base tecnológica con iniciativas como NEOTEC (CDTI), que ofrece formación y financiación adecuada a las necesidades de estas; estamos impulsando la formación y el asesoramiento a PYMES a través de diferentes iniciativas, como por ejemplo el Programa CRECE, que esta gestionado precisamente por la EOI; estamos apoyando el desarrollo en parques tecnológicos de centros de creación de empresas – más conocidos como incubadoras- ; y estamos impulsando la inversión en activos intangibles a través de un adecuado marco fiscal, fortaleciendo el papel del español en el sistema de patentes y marcas mundial y mejorando su marco normativo con nuevas normas como la que hoy va a ser objeto de estudio en este seminario.

Hablar hoy de estos activos, de los activos intangibles, es hablar de competitividad empresarial. Las patentes, que son la concreción empresarial de la innovación y el desarrollo tecnológico, el diseño industrial, y la Marca, es decir, la imagen o signo distintivo de la empresa y de sus productos, se han convertido en numerosos sectores en los elementos más importantes de su cadena de valor, en los verdaderos generadores de ventajas competitivas. Su papel es tan importante que en ciertas empresas no son sus productos, sino los intangibles que estos llevan incorporados, los factores que más influyen en el precio de la acción de la empresa.

En concreto, la Marca, objeto de regulación de esta nueva ley, es una de las principales vías de diferenciación de las empresas modernas. Además, a diferencia de otros activos, permite alcanzar esta diferenciación tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Esta virtud, en unos mercados tan abiertos y competitivos como los actuales, es un hecho fundamental porque garantiza la existencia de productos distintos, con personalidad propia, y evita el peligro de que, con la mundialización de la economía, la oferta de productos diferentes se vea reducida.

Del mismo modo es fundamental recordar que sólo aquellas empresas que tienen productos de calidad, que incorporen un diseño moderno, respetuosos con el medio ambiente, adecuados a los gustos y necesidades de los consumidores, tienen posibilidad de consolidar sus proyectos a largo plazo. Pero que sólo aquellas empresas con marcas reconocidas por sus clientes como distintivo de esa calidad, de ese diseño, de ese respeto por el medio ambiente, de innovación y de liderazgo, son capaces de alcanzar esa consolidación en forma de grandes empresas, en forma de empresas de dimensión mundial.

Las empresas españolas están entendiendo este hecho. Por eso, siendo tradicionalmente uno de los países de la OCDE que menos invertía en activos intangibles, hoy somos el segundo país de Europa que más crece en número de patentes registradas al año.

Desgraciadamente, en este ámbito aún estamos lejos de la posición que nos corresponde como país. Por eso es fundamental que desde el Gobierno adoptemos medidas que impulsen la apuesta de nuestras empresas por el desarrollo tecnológico, la calidad, la seguridad, la imagen y el diseño, y todo ello acompañado de un marco normativo que mejore la seguridad de sus inversiones. Por eso debemos entender la aprobación de la nueva Ley de Marcas como otro de los elementos que desde el Gobierno, con la participación de todos los demás agentes sociales, estamos desarrollando para impulsar nuestro espíritu emprendedor.

Esta nueva ley combina la filosofía de progreso que debe inspirar todas nuestras leyes con la seguridad que en el ámbito de la propiedad industrial debe existir. Otorga mayor protección a los titulares de las marcas y facilita una tramitación más ágil y eficaz de sus solicitudes.

Su valor radica principalmente en este hecho, en dotar a la marca de un estatuto que incentiva la inversión en este activo a la vez que le dota de mayor protección.

La nueva Ley concibe la Marca más que como una mera seña de identidad, como un elemento clave de una determinada actividad o producto, que la identifica tanto de cara al consumidor como en relación con otros agentes económicos. Por eso establece las condiciones para que sea realmente útil desde el mismo momento en que se solicita, agilizando su concesión y garantizando su máxima operatividad a lo largo de su uso. Y todo ello sin que ello suponga una pérdida de los niveles de seguridad jurídica que la adquisición del derecho a la marca precisa.

Por otra parte, la nueva Ley de Marcas introduce mecanismos que priman el esfuerzo empresarial y la innovación frente a la imitación. En éste sentido, la nueva normativa reconoce la necesidad de premiar el esfuerzo empresarial. Y reconoce la Marca como una de las vías a través de la cual el emprendedor puede obtener la recompensa por sus inversiones y que debe ser protegida como un derecho básico de la empresa moderna.

Dentro también de los mecanismos para primar y motivar el esfuerzo empresarial, debe hacerse especial mención a la marca renombrada, incorporada por primera vez en el derecho español, lo que nos sitúa a la vanguardia de los países europeos en la materia.

La Marca Renombrada, además de ser un soporte idóneo para la innovación tecnológica y una garantía de la calidad industrial y comercial, es un factor de representación indispensable en una economía abierta – y la economía española lo es, la segunda más abierta de toda la OCDE -. Por eso la nueva Ley de Marcas le otorga un reconocimiento específico y una protección adecuada.

Además, la incorporación de mecanismos para facilitar la tramitación electrónica de las solicitudes y las comunicaciones telemáticas, la instauración de la marca multiclase, la nueva configuración del procedimiento de concesión, el acortamiento de plazos, etc, son evidencias de la modernidad y renovación en el derecho de marcas que la nueva Ley supone.

En resumen, la aprobación de la nueva Ley de Marcas supone un importante paso en nuestro camino hacia un sistema empresarial más moderno. Pero ante un entorno en constante evolución, tanto en el caso de las marcas como del resto de intangibles, es necesario seguir avanzando. Seguir avanzando para lograr un sistema más flexible, menos burocratizado, que no suponga un coste para las empresas y que incremente la seguridad de sus creaciones. Por eso, desde el Gobierno vamos a impulsar la importancia del español como idioma tecnológico; por eso estamos elaborando la Ley de Protección Jurídica de Diseño Industrial; por eso estamos trabajando en una nueva norma que regule determinados aspectos de los derechos de autor en la Sociedad de la Información.

Y por eso todos los que hemos trabajado en esta nueva Ley debemos de continuar colaborando y buscando nuevas fórmulas que protejan e impulsen el avance tecnológico. Fórmulas que nos permitan tener empresas más competitivas, que premien el esfuerzo intelectual, que protejan el trabajo de nuestros emprendedores, que mejoren el bienestar de toda nuestra sociedad y que se conviertan en instrumentos por los que, como en este caso, todos podamos felicitarnos.

Muchas gracias.
Queda inaugurado el seminario.
