



Ismodes Abogados



LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCA

Sharon Zúniga Monje

Febrero 2026



051 994 960 746



legal@ismodesabogados.com



www.ismodesabogados.com



AREQUIPA:

Calle Misti 410 Yanahuara.



LIMA:

Calle Dr. Ricardo Angulo Ramírez 1442,
Urb. CORPAC San Isidro.

LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCA

Sharon Zúniga Monje

I. INTRODUCCIÓN: EL CONTEXTO ECONÓMICO Y LA FUNCIÓN DEL DERECHO CONCURSAL

En el entorno empresarial actual de Perú, la marca constituye uno de los activos más relevantes de una empresa, ya que no solo identifica productos o servicios, sino que protege la reputación, el posicionamiento y confianza que gana frente a sus consumidores en el mercado.

En ese contexto, muchas empresas optan por invertir en publicidad que ayude a que su negocio tenga mayor alcance y reconocimiento, sin embargo, dejan de lado la importancia de la protección legal de su marca, esta omisión puede generar contingencias económicas, reputacionales y legales.

La finalidad del presente artículo es explicar la importancia del registro de marca, la cual es

una acción estratégica para la empresa; además, se analizará la función de la marca como activo corporativo, la seguridad jurídica que proporciona, su rol en la protección de la inversión y su impacto en el crecimiento empresarial.

II. DESARROLLO

1. LA MARCA COMO ACTIVO INTANGIBLE EMPRESARIAL

La marca es un activo intangible que forma parte del patrimonio empresarial, el valor de este activo no se limita solo a la identificación comercial, sino que incide en la percepción del mercado y en la ventaja competitiva de la empresa.

Una marca registrada no solo permite que la empresa pueda diferenciar sus productos y servicios frente a la competencia, sino que protege su reputación e incrementa el valor de la empresa en el mercado.

Desde una perspectiva financiera, los activos intangibles representan un componente clave en la valorización empresarial, la ausencia de protección marcaría debilita la estructura patrimonial de la empresa y expone su identidad comercial a riesgos innecesarios.



2.SEGURIDAD JURÍDICA Y EXCLUSIVIDAD EN EL MERCADO

El registro de marca otorga a la empresa un derecho exclusivo de uso sobre el signo distintivo, esta exclusividad impide que terceros utilicen marcas idénticas o similares que puedan generar confusión.

Si una empresa decide operar sin registro de su marca, implica que exista el riesgo de que un competidor directo registre primero la marca e impida su uso, generando la obligación de modificar el signo distintivo. A pesar de que existen mecanismos para defendernos frente a este tipo de contingencias, ello conlleva uso tiempo, costos y muchas veces compromete el posicionamiento de la empresa en el entorno competitivo.

Desde la gestión empresarial, el registro de marca constituye una medida preventiva que reduce contingencias legales y brinda estabilidad jurídica a las operaciones comerciales.

2.SEGURIDAD JURÍDICA Y EXCLUSIVIDAD EN EL MERCADO

El registro de marca otorga a la empresa un derecho exclusivo de uso sobre el signo distintivo, esta exclusividad impide que terceros utilicen marcas idénticas o similares que puedan generar confusión.

Si una empresa decide operar sin registro de su marca, implica que exista el riesgo de que un competidor directo registre primero la marca e impida su uso, generando la obligación de modificar el signo distintivo. A pesar de que existen mecanismos para defendernos frente a este tipo de contingencias, ello conlleva uso tiempo, costos y muchas veces compromete el posicionamiento de la empresa en el entorno competitivo.

Desde la gestión empresarial, el registro de

marca constituye una medida preventiva que reduce contingencias legales y brinda estabilidad jurídica a las operaciones comerciales.

3.PROTECCIÓN DE LA INVERSIÓN EN MARKETING Y REPUTACIÓN

Actualmente, las empresas con el fin de tener mayor visibilidad, optan por invertir en publicidad, branding y posicionamiento digital, esto es muy importante porque ayuda a que la empresa sea reconocida en el mercado, permitiendo un mejor posicionamiento y mayor captación de posibles consumidores.

No obstante, dicha inversión queda desprotegida si la empresa opta por no realizar el registro de marca, sin protección marcaria; quedando expuestos a que otros competidores intenten apropiarse indebidamente de nuestra marca.

En un mercado altamente digitalizado, la protección de la marca es esencial para preservar la confianza de los consumidores y evitar la dilución de la identidad corporativa.

4.EXPANSIÓN EMPRESARIAL Y VALORIZACIÓN CORPORATIVA

El registro de marca es un elemento clave para empresas con proyección de crecimiento, ya que facilita el procesos de expansión, incluyendo la creación de franquicias, siendo reconocidas a nivel internacional.

En el Perú, empresas como Belcorp –multinacional peruana del sector cosmético con presencia internacional–; Kuna–referente en textiles de alpaca con proyección global–; y Platanitos–cadena de retail peruana de calzado–, evidencian que la expansión empresarial se sustenta en una marca sólida y debidamente protegida, el crecimiento de estas empresas demuestra que la protección marcaria constituye un pilar esencial para la consolidación de la identidad comercial en distintos sectores económicos.



Asimismo, en operaciones de inversión, fusiones o adquisiciones, la propiedad intelectual es un factor determinante en la valorización de la empresa, debido a que, una cartera de marcas registrada transmite solidez jurídica y reduce riesgos para inversionistas. Así, las empresas que gestionan activamente su propiedad intelectual demuestran planificación estratégica y visión de largo plazo.

5. PREVENCIÓN DE CONFLICTOS Y COMPETENCIA DESLEAL

La competencia desleal puede afectar gravemente la presencia de la empresa, y se manifiesta a través de las imitaciones y usos indebidos de signos distintivos, lo que trae como consecuencia que exista confusión en el mercado y erosionan la reputación corporativa.

El registro de marca proporciona herramientas legales para que podamos iniciar acciones contra infractores de agentes que concurren en el mercado, así como solicitar el cese del uso indebido de la marca, entonces, podemos denotar que la existencia de una marca registrada tiene un efecto disuasorio frente a posibles infracciones.

III. CONCLUSIONES

- El registro de marca es una decisión estratégica empresarial que protege uno de los activos más valiosos de la empresa, brindando seguridad jurídica, reduciendo riesgos y fortaleciendo su posición competitiva en el mercado.
- La protección marcaria resguarda la inversión en marketing, preserva la reputación corporativa e incrementa el valor empresarial, convirtiendo la marca

- en un activo intangible clave para el negocio.
- Las empresas que gestionan adecuadamente su propiedad intelectual están mejor preparadas para procesos de expansión y para lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

Email :

legal@ismodesabogados.com
+51 994 960 746



Ismodes Abogados

Arequipa:

Calle Misti 410 Yanahuara, Arequipa – Perú.

Lima:

Calle Dr. Ricardo Angulo Ramírez 1442,
Urb. CORPAC San Isidro, Lima – Perú.

Email :

legal@ismodesabogados.com

Celular y Whatsapp:

+51 994 960 746



ismodesabogados.com



Miembros de:

