



EL DERECHO DE MARCA EN LA LIQUIDACIÓN DE LA SOCIEDAD CONYUGAL

Poveda Ponce Lorena¹,

egresada, Universidad Laica Vicente ROCAFUERTE de Guayaquil
lore_povedaponce@hotmail.com

Albornoz Parra Karelis²,

Msc. Universidad Laica Vicente ROCAFUERTE de Guayaquil
@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Poveda Ponce Lorena y Albornoz Parra Karelis (2020): "El derecho de marca en la liquidación de la sociedad conyugal", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (febrero 2020). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/02/liquidacion-sociedad-conyugal.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe2002liquidacion-sociedad-conyugal>

RESUMEN

Esta investigación persiguió determinar la naturaleza jurídica de la marca y como debe ser considerada por parte del juez ante el desarrollo de un proceso de liquidación de la sociedad conyugal, cuando uno de los cónyuges ha adquirido o registrado alguna marca en el matrimonio. Para el logro de los objetivos planteados se escogió una metodología de investigación bibliográfica, explicativa y de campo. Teniendo un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo. Aplicando técnicas de recolección de datos como la encuesta y entrevistas, evidenciándose la necesidad de realizar una reforma al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, a fin de establecer la naturaleza de la marca y la imposibilidad que la misma no sea tomada como un bien a liquidar dentro de una partición conyugal, pero si los beneficios económicos derivados de la misma, también cuando ha sido adquirida durante el matrimonio, estableciéndose reglas que puedan establecerse en materia de propiedad intelectual, como han regido con el derecho de autor. Concluyendo que la marca no forma parte de la clasificación tradicional de los bienes, por lo que es importante señalar en la ley de forma clara su naturaleza y las reglas para su disposición, protección ante la sociedad conyugal.

Palabras clave: Derecho de marca, liquidación, sociedad conyugal.

ABSTRACT

THE RIGHT TO MARK IN THE SETTLEMENT OF THE CONJUGAL SOCIETY

This investigation sought to analyze the legal nature of the trademark and how it should be considered by the judge before the development of a process of liquidation of the marital partnership, when one of the spouses has acquired or registered a trademark in the marriage. To achieve the objectives set, a bibliographic,

¹ Estudiante egresado de la Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" de Guayaquil. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho.

² Abogado, Docente de la Universidad Laica "Vicente Rocafuerte" de Guayaquil. Facultad de Ciencias Sociales y Derecho y Tutor de la presente investigación.

explanatory and field research methodology was chosen. Having a mixed, qualitative and quantitative approach. Applying data collection techniques such as the survey and interviews, evidencing the need to carry out a reform of the Organic Code of the Social Economy of Knowledge, Creativity and Innovation, in order to establish the nature of the brand and the impossibility that it does not be taken as a good to be liquidated within a marital partition, but if the economic benefits derived from it, also when it has been acquired during the marriage, establishing rules that may govern intellectual property, as they have governed with the right to Author. Concluding that the brand is not part of the traditional classification of goods, so it is important to clearly state in the law its nature and the rules for its disposal, protection before the conjugal society.

Keywords: Brand law, liquidation, marital partnership.

1. INTRODUCCIÓN

El establecimiento del Derecho marcario viene desarrollándose desde mucho tiempo atrás, con el fin de distinguir lo propio de lo ajeno, procurando la protección de ese derecho que nace del ingenio, autoría y creatividad de una persona. Es posible observar dicho desarrollo en todas las legislaciones modernas, quienes han procurado prestar atención y amparo al Derecho de autor principalmente, pero considerando que el Derecho de marca es similar, no ha tenido la suficiente atención que permita garantizar a su creador su tenencia legítima, mientras este así lo determine.

El matrimonio, es considerado un acto que causa la conformación e institución de la sociedad conyugal, siendo generalmente un tema de investigación dentro de la rama del Derecho Civil, debido a los efectos que generan en la relación y el caso de una disolución, regulándose lo mayormente justo posible dentro del ordenamiento jurídico, pero aún existe vacíos legales al respecto.

Como regla general, dentro del Derecho, se conoce que los cónyuges quedan sometidos a la sociedad de gananciales desde la celebración del matrimonio, recayendo este régimen sobre cada uno de los bienes que adquieran ambos cónyuges durante el tiempo de la unión, exigiendo la colaboración de los mismo para su conformación, en donde ambos se muestran interesados en la prosperidad y acrecentamiento de la asociación. Pero es importante señalar que, los derechos se adquieren es sobre los bienes que representa la comunidad conyugal, no importando el porcentaje o bien que hayan aportado a la sociedad conyugal.

Cabe señalar que, los legisladores han considerado que toda asociación de esfuerzos y de bienes obtenidos dentro de un matrimonio, debe ser estimado como sociedad y comunidad conyugal, donde el propósito es conformar una masa de bienes que, en caso de que esta se disuelva, debe ser distribuida de manera equitativa entre ellos. Es necesario resaltar, que la ley también ha determinado que los cónyuges gozan de libre administración de los bienes que le pertenece exclusivamente, como bienes propios, es decir, esos que fueron adquiridos antes de la celebración del matrimonio, estos no pertenecen a la comunidad conyugal.

Como se ha mencionado anteriormente, la sociedad conyugal puede terminar y liquidarse, pudiendo ser solicitada por uno o ambos cónyuges, produciéndose con ello la aparición de un nuevo régimen de bienes, el cual es la separación de bienes; en el desarrollo de dicha repartición los bienes de la exclusiva propiedad de un cónyuge no están sujetos a reparto en la sociedad conyugal a disolver, siendo liquidados los bienes que conforman dicha sociedad, según lo señala la ley.

Pero, la acción de liquidación de la sociedad conyugal puede verse afectada para algunos de los cónyuges, cuando la norma no expresa de manera clara y taxativa los bienes que concurren en la repartición, caso particular, el cual se estudia en la presente investigación, con respecto al Derecho de Marca y su posición frente a la comunidad conyugal. A diferencia de lo que puede observarse con el Derecho de Autor sobre las obras, estos se encuentran expresamente excluidos de la sociedad conyugal, tal como lo describía la anterior Ley derogada de Propiedad Intelectual y de igual manera fue insertado en el nuevo Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, específicamente en el artículo 11.

Caso contrario, ocurre en el desarrollo del Derecho de Marca, evidenciándose que la ley que regula a la Propiedad Intelectual en Ecuador, guarda silencio con respecto al tratamiento que debe darse a la marca cuando la misma pertenece a una persona natural casada y posteriormente la misma entra en un proceso de liquidación conyugal, existiendo un vacío legal con relación a si la marca forma parte o no de dicha sociedad. Por otra parte, especialistas en el Derecho Marcario, señalan que existen desavenencias al momento de una liquidación conyugal, cuando uno de los cónyuges ha registrado o adquirido una marca antes de matrimonio, debido a que no se encuentran reglas determinadas en la norma ante una separación de bienes. Uno de los especialistas en materia del Derecho de Marca Dr. Arosemena Burbano, indica que, la naturaleza sui generis de las marcas, no entra dentro de las categorías tradicionales de bienes muebles o inmuebles, fungibles o no fungibles.

De lo anterior expuesto, surge la realización de esta investigación, siendo necesario valorar e indagar si corresponde o no liquidar este derecho de propiedad intelectual y tomarlo como parte del haber social o de lo

contrario, excluir este derecho de propiedad en la liquidación de la comunidad conyugal, como se ha determinado con el Derecho de Autor.

2. FUNDAMENTACIÓN DOCTRINARIA

2.1 Consideraciones referenciales acerca de la marca.

Actualmente, existen confusiones al momento de establecer la naturaleza y proceso que debe seguirse al momento de liquidar una marca que ha surgido en vigencia de una sociedad conyugal, formando parte del patrimonio de la misma este signo distintivo, por ello, dicho estudio tiene una valoración práctica, porque permitirá el mejoramiento del ejercicio de los profesionales del derecho y su correcta aplicación en el ámbito jurídico.

Es indiscutible que la marca en la actualidad tiene un valor económico y patrimonial importante dentro del mundo empresarial, por lo que hasta el momento la legislación no ha definido de forma clara y concisa, como lo han realizado con el derecho de autor, excluyendo en su totalidad este derecho de una liquidación de sociedad conyugal. Por lo tanto, es necesaria su regulación y determinación objetiva en la norma.

El nuevo Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, actualmente vigente determina que la marca es considerada como un bien mueble, exclusivamente para la constitución de gravámenes sobre ella, lo que quiere decir que tanto la derogada Ley de propiedad intelectual y el actual código mencionado anteriormente, reconocen que la marca tendrá una naturaleza inmaterial para cualquier otro acto jurídico salvo excepción en los casos de naturaleza de gravámenes, en consecuencia tanto el vínculo o sociedad matrimonial no es un gravamen, y por lo tanto no puede vincularse en primer plano con esa obligación de ser liquidada en una partición conyugal. Por lo ello es necesario su debida y expresa regulación en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

En Ecuador, en el Código Civil ecuatoriano se encuentra establecido el régimen legal que se aplica dentro de la sociedad conyugal, específicamente en los arts. 139 y 153 CC. En el cual es determinado un régimen matrimonial económico, que es estimado como comunitario, donde es conformada una sociedad patrimonial entre los esposos, integrada por cada uno de los bienes muebles e inmuebles que cada uno de ellos aportan a dicha sociedad, siendo adquiridos a título oneroso durante la validez y duración de la misma, dentro de este régimen está establecido como norma general, que una vez termine la sociedad, esta se divide en dos mitades o partes iguales.

Es importante destacar que la sociedad conyugal se conforma desde el momento que los cónyuges contraen matrimonio, estableciéndose como una unidad los bienes que son adquiridos durante el desarrollo del matrimonio, en lo que respecta, al tema estudiado en la presente, la norma no declara expresamente si la marca que ha sido registrada o adquirida antes y durante el matrimonio puede ser liquidada en partes iguales en un procedimiento de liquidación conyugal, por lo que es necesario analizar y profundizar acerca de esto.

Una de las construcciones jurídicas, más complejas dentro del derecho civil, para los jueces, en el ámbito de familia, es sin dudas, el tema que guarda relación con la partición de bienes y el inventario, al tener que definir, según lo establecido en la norma, que bienes corresponden liquidar y cuáles no, a cada parte dentro del procedimiento de liquidación conyugal. Aumentando la complejidad del asunto, frente a casos, en los cuales una de las partes ha registrado una marca durante la duración del matrimonio.

Cuando se revisa en detalle, el tema marcario en este aspecto, se encuentra que, la norma especial que rige materia de marca, como es el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, ni lo que se determina en el Código Civil satisfacen de forma clara y concisa, como debe ser tratada la marca por parte del juez en dichos procesos de liquidación, específicamente cuando este derecho haya surgido dentro del régimen social del matrimonio.

Por su parte, la Organización mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) ha determinado que: “Los derechos de propiedad intelectual son semejantes a cualquier otro derecho de propiedad, permitiendo al creador, o al titular de una marca, patente o derecho de autor, disfrutar o gozar de los beneficios que son derivados de la obra, invención e incluso inversión realizada en la determinada creación. En concordancia estos derechos se consagran en la Declaración Universal de Derechos Humanos en el Artículo 27, donde se contempla el derecho a beneficiarse de la protección de los intereses materiales y morales, que son resultado de la autoría de producciones científicas, artísticas y literarias”. (OMPI, 2012).

Por lo tanto, se puede evidenciar que la propiedad intelectual es una fuente económica bastante explotada a lo largo de los siglos, la cual genera grandes activos, que son sumados al patrimonio de aquella persona que ha tenido la invención y la ha registrado como creador de la misma. Estando relacionadas, con todas las creaciones e invenciones que el hombre realice, como son: obras literarias, artísticas, nombres, imágenes y símbolos, que son utilizados para el comercio.

Por su parte el autor Tubón (2015) indica en su estudio que el derecho a la propiedad industrial es una rama que está controlada por el Estado, regulándose las relaciones entre los particulares, por cuanto el derecho a la propiedad industrial, protege el dominio que sobre un invento tiene quien le dio origen. Además, se puede indicar que las normas que amparan la propiedad intelectual, tanto los de propiedad industrial, como los de derecho de autor, ambos se consideran una de las ramas que tiene el derecho civil, debido a que estos se agrupan como aquellos que pertenecen a los derechos reales de dominio.

2.2. Antecedentes históricos de la marca

El derecho sobre las invenciones viene desarrollándose desde muchos años en los diversos países, buscando proteger ampliamente el dominio y los beneficios que las personas pueden adquirir por medio de las invenciones y sus creaciones, en este caso se resaltarán el avance que ha tenido el derecho sobre las marcas.

Según los autores Cabanellas & Bertone (1989) quienes citan en su obra literaria lo señalado por Benedetto, indican que: “Son pocas las instituciones que conocieron la difusión tan grande de invenciones como las marcas, la cuales fueron usadas como un medio de indicación y autenticación de origen (...). En la antigüedad, los griegos tenían por costumbre colocarles su nombre u otra marca distintiva a sus obras de arte, a los vasos, estatuas, piedras preciosas, monedas. Posteriormente en el mundo romano, estas marcas o nombres distintivos eran encontrados no solo en obras de arte, sino también en ollas de cocina, tubos de estaño, piedras, ladrillos y materiales de construcción, y sobre las más diversas mercaderías, vinos, quesos, y colirios oculares. La marca es, por lo tanto, fue con frecuencia usada entre los romanos, como señal individual para diferenciar sus obras o productos, como una marca de fábrica, como signo indicativo tanto del artífice como del lugar de producción, y esto con carácter público y al mismo tiempo comercial”. (1989, pág. 127).

Estos son los inicios de este derecho protectorio sobre las invenciones, obras, pero sobre todo de las marcas que distinguían las creaciones dentro del mercado. Es conocido que en China se acostumbraba que los autores colocan su nombre, el lugar donde fue fabricado a cada una de las obras y piezas que fabricaban. Por otra parte, en Mesopotamia fueron hallados ladrillos que estaban marcados con signos, presumiéndose que estos fueron realizados por sus creadores o fabricantes. Los signos y marcas se han utilizado como el modo de distinguir y determinar el origen geográfico, la persona que lo había fabricado, a fin de aumentar el reconocimiento de esta persona, por las piezas, objeto u producto que habían sido creadas por una determinada persona. Las marcas han sido usadas por artesanos, alfareros con el fin de identificar su trabajo en las generaciones siguientes.

Durante la etapa de la edad media, el uso de marcas y signos fue bastante extenso, cumpliendo diversas funciones dentro del comercio, como era la identificación personal, el servicio o producto creado, también para la señalización de quien habitaba en determinado inmueble. No existe mucha información acerca de su

regulación, pero el desarrollo del uso de las marcas se relaciona con las corporaciones, y comercios que se obligaron usar signos para distinguirse dentro del mercado de otras, debiendo cumplir con ciertos requisitos que establecían las normas de oficio.

A partir del año 1500, las marcas aparecen a favor de los usuarios, siendo regulada por una cantidad numerosa de leyes que estaban orientadas a reconocer y otorgar derechos subjetivos que pertenecen al Derecho Privado. Posteriormente de iniciarse el fenómeno de la revolución industrial, el derecho de marca se fue difundiendo de forma rápida, donde se desarrollaron resaltantes cambios dentro de la economía de la sociedad de ese momento.

2.3 Finalidad de la marca

Es importante resaltar que la marca dentro del ámbito jurídico y empresarial viene a cumplir varias funciones, entre las principales está la de distinguir un servicio o producto en el mercado, cumpliendo la función para lo cual fue creada, buscando proteger los derechos e inversión de la persona que la registra.

Por consiguiente, se debe entender que la marca no es solamente la creación de un signo, sino que viene a identificar un producto y distinguirlos de otros que estén dentro del mercado, por ello se debe tomar en consideración determinadas características que son las siguientes: Distintiva o indicadora de origen, tiene una función indicadora de la calidad de producto o servicio y finalmente una función publicitaria.

Es necesario resaltar, que estas funciones son importantes porque estas permiten que una marca pueda obtener reconocimiento y fama dentro del mercado, viéndose reflejado en la fidelización de los consumidores por el producto y la diferenciación que estos realizaran al ver la marca del producto, aumentando cada vez más el valor de la marca, que permite al consumidor distinguir con facilidad dicho producto en el mercado.

2.4 Composición del haber liquidable de la sociedad conyugal

La composición del haber liquidable está conformado por cada uno de los bienes activos integrados por cada cónyuge, durante la vigencia del matrimonio. Pero, es necesario distinguir entre lo que compone el haber absoluto y el haber relativo. Debido a que cada uno tendrá un tratamiento distinto al momento de la liquidación.

Según el autor Peñafiel, el haber absoluto está conformado por cada uno de los bienes que ingresan a la sociedad conyugal de manera definitiva, sin derecho a recompensa, mientras esta en vigencia el vínculo matrimonial. Mientras que, el haber relativo está integrado por todos aquellos bienes que se incorporan a la sociedad conyugal de forma parcial, es decir otorgan al cónyuge aportante o adquirente un derecho de recompensa, que éste hará valer al momento de la liquidación, estos bienes son los que la ley denomina bienes propios, esto han sido adquirido antes del matrimonio por el cónyuge aportante. (Peñafiel, 2015).

En suma, todos aquellos bienes que reciban de forma directa e indirecta lo cónyuges durante la vigencia del matrimonio ingresaran al haber absoluto de la sociedad conyugal, sin cargo a restitución, son eximidos los bienes que específicamente la ley los excluye. Su fundamento legal lo encontramos en el artículo 159 del Código Civil.

2.5 Disolución de la sociedad conyugal

La Sociedad Conyugal tiene sus orígenes en el matrimonio a consecuencia de la unión entre dos personas y de acuerdo a las reglas para su conformación, también están señaladas en la norma las causas para su terminación; pudiendo ser solicitada por cualquiera de los cónyuges en el término que deseen.

La ley establece las causales legales sobre las cuales el cónyuge puede solicitar la disolución del vínculo matrimonial, siendo esta una vía meramente contenciosa, mientras que de mutuo acuerdo las partes también, pueden consentir el solicitar la terminación de la misma. Es importante, señalar que la disolución conyugal, es considerada como uno de los efectos o fenómenos que se derivan de una ruptura matrimonial o concubinaria. (Ortega, 2013).

El Código Civil ecuatoriano determina en el artículo 189, las causas en las cuales debe estar fundamentada esta disolución:

Además, es relevante señalar que la sociedad conyugal puede ser terminada, aún sin disolver el vínculo del matrimonio, tal como lo señala el artículo anterior citado, específicamente el núm. 3, cuyo propósito es proteger o determinar que las nuevas adquisiciones que realice el cónyuge solicitante, empiecen a conformarse dentro del patrimonio individual de cada uno de ellos, a partir de la sentencia que disuelve la sociedad conyugal.

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipos de investigación

Dentro del presente estudio se aplicaron las siguientes modalidades de investigación:

Investigación bibliográfica

Con el propósito de fundamentar teóricamente el objeto de estudio, serán revisadas diversas fuentes de información, como: Libros, revistas jurídicas, tesis, leyes y artículos científicos, que explican detalladamente las bases teóricas de la sociedad conyugal, el procedimiento de partición de los bienes conyugales y el derecho de marca.

Investigación explicativa

Para el presente estudio, es necesaria su aplicación, porque esta permitirá dar respuestas ante el vacío legal que existe, acerca del derecho de marca frente y como debe ser considerada la misma en una liquidación de la sociedad conyugal, existiendo diversos criterios que afirman que si la marca fue adquirida en el matrimonio debe formar parte de los bienes de la sociedad conyugal, pero también está presente otro criterio que señala, que el derecho de marca es indivisible y propio del creador o titular que lo ha registrado.

Investigación de campo

Para lograr los objetivos propuestos en esta investigación, fue necesaria la indagación en el área práctica y profesional, en el derecho de marca y sociedad conyugal, es decir, se extrajo información directamente de abogados y expertos en dicha materia, a fin de comprobar la hipótesis planteada al inicio.

3.2 Enfoque de investigación

El enfoque escogido para el desarrollo del presente estudio es mixto, por estar sustentado por los dos principales enfoques, los cuales son: Enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, aplicándose de manera conjunta en dicho estudio.

Enfoque cualitativo: Los estudios que pretenden dar explicación a la realidad social, desde una perspectiva externa y objetiva, son comprendidos de corte cuantitativo. Siendo su principal intención buscar la precisión en los indicadores o mediciones sociales, con el propósito de generar resultados valorados y estimados en números. (Silverman, 2013).

Esta investigación es de este enfoque cuantitativo, porque serán aplicadas encuestas y se obtendrán resultados que serán medidos en porcentajes.

Enfoque Cuantitativo: Por medio de este enfoque se hace una indagación a la población a partir de lo que estos expresan y hacen las personas que la integran, en el escenario social y cultural en que estos se desenvuelven (Bogdan, 2014). En el presente estudio se obtendrá información por medio de entrevistas, determinando las principales características y aspectos del objeto de estudio, por medio de las respuestas de cada experto.

3.3. Método de Investigación

Esta investigación es analizada tomando en consideración premisas generales, como es el desarrollo y estudio del derecho de marca, iniciándose desde su concepción y origen a fin de lograr determinar la naturaleza jurídica de la misma y si es posible su partición en caso de una liquidación conyugal, es decir fue utilizado el método deductivo, pero también fue aplicado el método inductivo, este permite evaluar premisas obtenidas de forma particular, mediante la aplicación de técnicas de recolección de datos, como es la entrevista, con el propósito de construir conclusiones generales.

3.4. Población y muestra.

El universo de esta investigación está constituido por los profesionales del Derecho que ejercen de manera independiente en la ciudad de Guayaquil, estando inscritos en el colegio una cantidad de 16.625, de abogados aproximadamente.

En el presente estudio la muestra estará constituida por un determinado grupo de personas que representa a toda la población, a fin de demostrar las particularidades de la totalidad. Un grupo de abogados serán tomados para la aplicación de la encuesta. Para obtener dicha muestra se aplicó una fórmula para la determinación de la muestra probabilística.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Se obtuvo una muestra de 375 para ser encuestados.

4. RESULTADOS

4.1. ¿Considera usted que el Derecho de Marca está debidamente protegido en la legislación ecuatoriana?



Gráfico 1 Derecho de marca protegido

Fuente: Abogados civilista en ejercicio en Guayaquil.

Elaborado por la autora.

Del 100% de la muestra de abogados encuestada, se obtuvieron los siguientes resultados, el 26% manifestó que están en desacuerdo, por lo que se entienden que un grupo señala que no está bien protegida la marca, mientras que el 24% señala que está totalmente de acuerdo con el planteamiento, siguiendo un 20% de acuerdo y un 16% totalmente en desacuerdo.

4.2 ¿Considera usted que, si una marca es registrada durante el matrimonio, esta forma parte de los haberes de la comunidad conyugal?



Gráfico 2 Marca en el matrimonio

Fuente: Abogados civilista en ejercicio en Guayaquil.

Elaborado por la autora.

En el presente planteamiento el 27% de los encuestados manifestaron que están en total acuerdo que la marca sea tenida como un bien para ser liquidado dentro de una partición conyugal, existiendo un grupo

considerable que manifiesta lo contrario, manifestando en un 23% que están totalmente en desacuerdo, siguiendo un 25% que está parcialmente en desacuerdo, un 16% de acuerdo.

4.3 ¿Considera usted que las normas ecuatorianas y jurisprudencias en materia de propiedad intelectual establecen de forma clara la naturaleza jurídica de una marca?

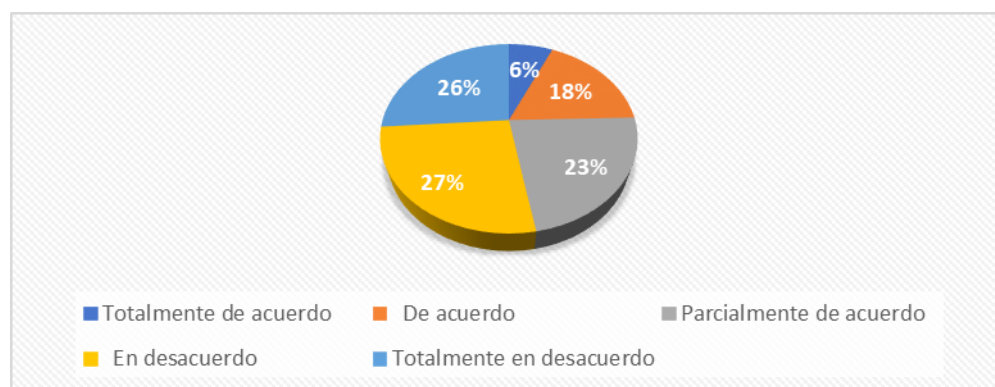


Gráfico 3 Normas ecuatorianas

Fuente: Abogados civilista en ejercicio en Guayaquil.

Elaborado por la autora.

El 27% de los abogados encuestados manifestaron que están en desacuerdo con el planteamiento que se ha hecho acerca de la protección que tienen las leyes ecuatorianas a la marca, por otra parte 26% manifestaron estar totalmente en desacuerdo, mientras que el 23% parcialmente en desacuerdo, 18% de acuerdo sobre que las norma protegen el derecho de marca.

4.4 ¿Considera necesaria la reforma dentro de la normativa jurídica Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, donde considere la marca como un bien, a fin de que esta pueda ser incluida dentro de un procedimiento de liquidación conyugal?



Gráfico 4 Reforma dentro de la normativa jurídica Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación

Fuente: Abogados civilista en ejercicio en Guayaquil.

Elaborado por la autora

Del 100% de los encuestados, han señalado que el 73% está totalmente de acuerdo de estar a favor de realizar una reforma con el propósito de proteger el derecho de marca, por el contrario 10% manifestó estar de acuerdo, mientras que el 8% parcialmente de acuerdo, el 5% en desacuerdo y finalmente 4% totalmente en desacuerdo.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con la realización del marco teórico y la indagación de la doctrina se determina que la marca es un bien, el cual es considerado un activo, pero el mismo no puede incluirse dentro de la clasificación tradicional de los bienes muebles o inmuebles, por ser un bien inmaterial donde la ley la considera únicamente mueble en los casos de constitución de gravámenes. Cumpliéndose uno de los objetivos de la presente investigación.

De acuerdo a lo revisado en la doctrina y el Derecho Comparado, la regla existente para la aplicación de la marca frente a la sociedad conyugal, es que si el Derecho de marca es adquirida durante el matrimonio la misma debe ser incluida como un bien de la sociedad conyugal y también opera la regla de manera universal la distribución porcentual de la marca, la cual puede ser propiedad de uno o varios autores y disponer de la misma en función de los porcentajes adquiridos sobre la misma, según lo expresó uno de los abogados expertos en materia de propiedad intelectual en la entrevista realizada.

De acuerdo a la entrevista realizada jueces y expertos la consideración jurídica que debe darle el Juez a la marca en el proceso de liquidación de la sociedad conyugal, es la misma que se le aplican a los bienes adquiridos durante el matrimonio, en el caso que la marca haya sido adquirida durante el matrimonio, pero si este fue adquirida o registrada antes no debe ser considerada un bien de la sociedad conyugal.

Con la realización de las encuestas a abogados, se pudo comprobar la hipótesis y los objetivos de la investigación, siendo los resultados más resaltantes, la pregunta 1, donde el 26% manifestó estar en desacuerdo sobre la protección que tiene la marca dentro de la legislación ecuatoriana, por su parte en la pregunta 3 revela que el 27% está totalmente de acuerdo que la marca que es registrada durante el matrimonio debe formar parte de la comunidad conyugal. Finalmente la pregunta 10 comprueba la urgencia de ser reformado la normativa jurídica Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, a fin de que esta especifique que el Derecho de marca se excluye de la sociedad conyugal, salvo que la misma sea registrada o adquirida durante el matrimonio, teniendo el 73% de los encuestados totalmente de acuerdo. Y pueda gozar este de los beneficios económicos que del Derecho de marca se derive.

6. CONCLUSIÓN

1. Se sugiere que sea ampliado y analizados los diversos casos existentes acerca de la marca y los demás derechos conexos que comprenden a la propiedad industrial, debido a que de acuerdo a lo revisado en la doctrina y en los resultados de las encuestas y entrevistas la ley no es clara y precisa la forma en que estos derechos deben ser considerados ante juicios de liquidación de la sociedad conyugal y otros casos que no define la ley.

2. Es necesario que la comunidad estudiantil y profesional pueda continuar evaluando y estudiando acerca de este tema desarrollado a fin de impulsar criterios y cambios positivos que ha esperado más de 20 años la legislación que rige la propiedad intelectual e industrial, existiendo vacíos legales a pesar de la reciente reforma realizada en el año 2016 con la entrada en vigencia del nuevo CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN.

3. Se propone la reforma del Código anteriormente mencionado, a fin de establecer la regla que rijan la marca y los derechos conexos, donde solamente sean incluidos como bienes en la partición de la sociedad conyugal en referencia a los beneficios económicos derivados de la misma, si dichos derechos fueron adquiridos durante el matrimonio y no antes de la celebración del mismo. A fin de garantizar el respeto de los derechos establecidos en la Constitución y demás normas que rigen la propiedad intelectual.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asamblea Nacional. (2005). De los bienes y de su dominio, posesión, uso, goce y limitaciones. En C. N. Ecuador, Código Civil (pág. 97). Quito: La comisión de legislación y codificación.
- Bertone, L. E. (1989). *Derecho de Marcas, Designaciones y Nombres Comerciales*. Argentina : Editorial Heliasta.
- Bogdan, P. (2014). Metodología cualitativa. Ujaen.
- OMPI. (2012). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Suiza: Organización Mundial de Propiedad Intelectual. .
- Ortega, G. (2013). *LA DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD CONYUGAL*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2958/1/TUIAB003-2013.pdf>
- Peñañiel, C. A. (12 de Julio de 2015). *La sociedad conyugal en el Código Civil Ecuatoriano y los problemas que se generan entre los conyúges posterior a su disolución*. Obtenido de Tesis: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4603/1/11089.PDF>
- Silverman, T. (2013). Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular. *Eumed.net*, 1-12.
- Tubón, S. (2015). *La propiedad intelectual en el sector textil, la piratería y el Derecho Patrimonial del Titular*. Ambato.