

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS  
CARRERA DE DERECHO**



**MONOGRAFÍA**

**Para optar al Título Académico de Licenciatura en Derecho**

***“LA NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN DEL SERVICIO  
NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL (SENAPI)  
COMO UN ENTE COERCITIVO EN CASOS DE  
COMPETENCIA DESLEAL SOBRE MARCAS”***

**INSTITUCIÓN: SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL (SENAPI).**

**POSTULANTE: UNIV. ANGÉLICA GABRIELA MIRANDA ANTEZANA.**

**Diciembre 2011**

**\*La Paz – Bolivia\***

**LA NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN DEL**  
**SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD**  
**INTELECTUAL (SENAPI) COMO UN ENTE**  
**COERCITIVO EN CASOS DE COMPETENCIA**  
**DESLEAL SOBRE MARCAS**

**DEDICATORIA:**

*Mi Monografía la dedico con todo mi amor y cariño.*

*A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa.*

*Con cariño principalmente a mi máxima fuente de inspiración y el que me da fuerzas para superarme profesionalmente a mi hijo: **Alvaro Gabriel Gonzales Miranda.***



### **AGRADECIMIENTOS:**

*A mi padre por su apoyo y confianza, gracias por estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre.*

*A mi esposo, por darme el tiempo para realizarme profesionalmente y por amarme como hasta ahora me lo han demostrado.*

*A mis tíos, por ofrecerme un hogar y por el apoyo que me brindaron en mis estudios.*

*A los compañeros de trabajo del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, que me brindaron la orientación y la información necesaria; en especial a Edwin Choque A. y Miriam Arcani que hicieron posible la realización de la presente monografía.*

*Al Dr. Daza Director de Propiedad Industrial del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, por aportar con sus conocimientos y su experiencia en la monografía.*

*Al Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, por darme la oportunidad de poder trabajar en su Institución.*

*“El verdadero amor no es otra cosa que el deseo inevitable de ayudar al otro para que sea quien es”.*

***Jorge Bucay***

## ÍNDICE GENERAL.

Pág.

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE	
PRÓLOGO	
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

#### EVALUACIÓN Y DIAGNOSTICO DEL TEMA

a) MARCO INSTITUCIONAL .....	2
b) MARCO TEÓRICO.....	4
c) MARCO HISTÓRICO .....	5
d) MARCO CONCEPTUAL .....	6
e) MARCO JURÍDICO POSITIVO .....	9

### CAPITULO II

#### EL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

#### BASADO EN LA DECISIÓN 486 A LA QUE SE ADSCRIBE BOLIVIA .....13

<b>1.1. PATENTES .....</b>	<b>14</b>
1.1.1. Patentes de Invención .....	15
1.1.2. Modelo de utilidad .....	16
1.1.3. Esquema de Trazados de Circuitos Integrados .....	17
1.1.4. Diseño Industrial.....	17
<b>1.2. SIGNOS DISTINTIVOS.....</b>	<b>18</b>
1.2.1. Marcas .....	19
1.2.2. Lemas Comerciales .....	20
1.2.3. Marca Colectiva.....	21

1.2.4. Marca De Certificación .....	21
1.2.5. Rótulos o Enseñas.....	22
1.2.6. Denominación de Origen .....	22
<b>1.3. COMPETENCIA DESLEAL VINCULADA A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.....</b>	<b>23</b>
<b>1.4. DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS.....</b>	<b>24</b>

### **CAPITULO III**

#### **LA IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN DE LA MARCA Y LA RELACIÓN**

<b>EXISTENTE ENTRE COMPETENCIA DESLEAL EN BOLIVIA.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1. LA INSTITUCIÓN DE COMPETENCIA DESLEAL.....</b>	<b>26</b>
<b>2.2. LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL CÓDIGO DE COMERCIO.....</b>	<b>35</b>
<b>2.3. RELACIÓN ENTRE COMPETENCIA DESLEAL Y MARCAS .....</b>	<b>36</b>
<b>2.4. EFECTOS DE LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL COMERCIO .....</b>	<b>39</b>

### **CAPITULO IV**

#### **LA UTILIDAD DE LA COERCITIVIDAD SOBRE LA COMPETENCIA DESLEAL DE MARCAS REGISTRADAS EN OTRAS ENTIDADES**

<b>EXTRANJERAS.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1. COMPETENCIA DESLEAL EN SENAPI – BOLIVIA .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2. COMPETENCIA DESLEAL EN INDECOPI – PERÚ.....</b>	<b>42</b>
<b>3.3. INSTITUCIONES DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN IBERO AMÉRICA.....</b>	<b>45</b>

### **CAPITULO V**

#### **LA INTERVENCIÓN DEL SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL (SENAPI) COMO ENTE COERCITIVO EN CASOS DE**

<b>COMPETENCIA DESLEAL SOBRE MARCAS PARA QUE COADYUVE A LA PROTECCIÓN EFECTIVA DEL REGISTRO DE MARCAS Y COMO HERRAMIENTA PARA EL COMERCIO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1. CREACIÓN DE UNA UNIDAD ESPECIALIZADA EN CASO DE COMPETENCIA DESLEAL .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2 INCORPORAR EN EL REGLAMENTO INTERNO LOS LÍMITES LEGALES.....</b>	<b>50</b>
<b>4.2.1. Incautación de productos .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3. ENTIDADES QUE HAGAN EFECTIVO EL DERECHO DE PROTECCIÓN A LA MARCA REGISTRADA</b>	
<b>4.3.2. El Ente Policial .....</b>	<b>59</b>
<b>4.3.3. La Intendencia.....</b>	<b>60</b>
<b>4.3.4. Los Medios De Comunicación .....</b>	<b>61</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
<b>5.1. CONCLUSIONES CRÍTICAS.....</b>	<b>62</b>
<b>5.2. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>63</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>a) BIBLIOGRAFÍA ESCRITA .....</b>	<b>64</b>
<b>b) BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL .....</b>	<b>65</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>66</b>

## PRÓLOGO

La propiedad intelectual es una rama del derecho que ha sido considerada por muchos como un tema que no merece mayor importancia. Lo anterior, bajo el absurdo raciocinio de que los únicos derechos que vale la pena proteger son los materiales, y que por lo tanto, los derechos de propiedad intelectual, cuyo objeto son los bienes inmateriales, es decir, que consisten en un concepto ideal y son fruto de una creación intelectual, carecen de valor. En efecto, hasta hace relativamente poco tiempo, el valor de una empresa se medía exclusivamente en función de sus activos tangibles.

Por fortuna, en los últimos años, tanto empresas como particulares han “descubierto” la importancia que revisten los derechos de propiedad intelectual, a saber, patentes, variedades vegetales, marcas, entre otros, hasta el punto que hoy en día varias multinacionales reconocen que sus activos más valiosos se encuentran en sus derechos de propiedad intelectual.

Asimismo, la propiedad intelectual hace parte del derecho de la competencia, toda vez que los derechos de propiedad intelectual consisten en privilegios que permiten excluir legítimamente a terceros de determinada actividad económica

La propiedad intelectual existe en prácticamente todas las legislaciones del mundo. En efecto, los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) se adhirieron al Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (también llamado acuerdo ADPIC; o en inglés, Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS Agreement), en donde se establecen una serie de principios básicos sobre la propiedad intelectual (requisitos básicos de protección, duración mínima, cobertura, entre otros), en aras de armonizar las legislaciones referentes a la propiedad intelectual entre los países firmantes.

Dentro del ámbito del comercio se encuentra una diversidad de productos y servicios considerados dentro de la propiedad intelectual, que tienen la necesidad de protección para mantener su permanencia en la Industria. Es así, que el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) no solo debería constituirse en una Oficina de Propiedad Intelectual registrador, sino en una Oficina con plenas facultades para reprimir actos de competencia desleal, cumpliendo de manera efectiva lo que el Convenio de París en el numeral 2 del artículo 1 estipula: “*La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, **así como la represión de la competencia desleal**”.*

De conformidad con lo anterior, cuando la normativa comunitaria (Decisión 486) se refiere a competencia desleal vinculada a propiedad industrial, está tratando de regular aquella competencia desleal que se relaciona con el uso y goce y protección de los derechos de propiedad industrial reconocidos por la normativa comunitaria, y para ello la Decisión 486 prevé sobre la competencia desleal vinculada a la propiedad industrial regulando lo relativo a los actos de competencia desleal y a los secretos industriales y sobre las acciones que puede adelantar el legítimo interesado.

*La Paz, Diciembre de 2011*

*Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.  
DIRECTOR DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
DEL SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL*

## INTRODUCCIÓN

La presente monografía de Trabajo Dirigido que demuestro a continuación, es el resultado del desempeño durante ocho meses en la unidad de Propiedad Industrial en las áreas de Modificaciones y Oposiciones del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), es un trabajo desarrollado metódicamente, con bases conceptuales, doctrinales, jurídicas, teóricas y jurisprudencia.

*“La Necesidad de la Intervención del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) como ente coercitivo en casos de Competencia Desleal sobre Marcas”* es una propuesta pensada en brindar una protección efectiva al Derecho ya concedido, y se convierte en una alternativa para la institución de expandir sus atribuciones logrando fomentar la propiedad Intelectual, no solo a través del registro del Signo Distintivo que sirve para diferenciar los productos o servicios que se ofrecen en todos los mercados; sino también para establecer una seguridad a los empresarios, comerciantes o prestadores de servicios de que su denominación tendrá el privilegio de exclusividad ante terceros y estos no podrán utilizar esa denominación previa autorización del propietario.

De lo contrario, aquel que estuviere cometiendo actos deshonestos, actos contrarios a las buenas costumbres comerciales que disminuyan esa fuerza atractiva de una empresa, se estaría cometiendo Actos de Competencia Desleal, esta institución que no se encuentra regulada por nuestro país en materia de marcas, que afecta en gran medida a la industria y al comercio de Bolivia, debido a su incrementado en los últimos años. Por tal motivo, existe una notable necesidad de regular este tipo de actos por la entidad ya mencionada, no solo a protección de los propietarios de las marcas, también a la población en general quienes son los consumidores directos, los mismos que pueden estar siendo inducidos a error respecto de un producto igual a otro.

## **CAPITULO I**

### **EVALUACIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL TEMA**

**a) MARCO INSTITUCIONAL.**

“El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual SENAPI”, tiene los siguientes antecedentes de creación:

Por Decreto Supremo No. 27938 de 20 de diciembre de 2004, se establece la organización y funcionamiento del Servicio de Propiedad Intelectual, así mismo en el artículo 13 inciso p) del mencionado Decreto Supremo, señala como una de las atribuciones del Director General Ejecutivo, la de emitir Resoluciones Administrativas en el ámbito de su competencia para definir asuntos internos institucionales.

Que por Decreto Supremo No. 28152 de fecha 17 de mayo de 2005, se realiza modificaciones, adecuaciones y complementaciones al Decreto Supremo No. 27938 de 20 de diciembre de 2004, en el marco de la normativa legal existente en materia de Propiedad intelectual, definiéndolo como Institución Pública Desconcentrada, con competencia de alcance nacional, con autonomía de gestión administrativa, legal y técnica, dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico, cuya misión es el administrar en forma desconcentrada e integral el régimen de la propiedad intelectual en todos sus componentes, mediante una estricta observación de los regímenes legales de la propiedad intelectual, de la vigilancia de su cumplimiento y de una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y derechos conexos, constituyéndose en la oficina nacional competente respecto de los tratados internacionales y acuerdos regionales suscritos y adheridos por el país, así como de las normas y regímenes comunes que en materia de propiedad intelectual se han adoptado en el marco del proceso andino de integración.

Que el Servicio de Propiedad Intelectual tiene como una de sus principales atribuciones la de efectuar todos los actos administrativos y emitir resoluciones que sean necesarias para la gestión y concesión y registro de derechos de propiedad intelectual.

El 11 de Febrero de 2010, el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual SENAPI, representado por la Dra. María del Rosario Salinas Directora Ejecutiva y la Carrera de Derecho perteneciente a la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Mayor de San Andrés, representada por el Decano Dr. Julio Mallea Rada y el Director de Carrera Dr. Juan Ramos Mamani respectivamente, firmaron un Convenio Interinstitucional que permite la realización de trabajo dirigido a estudiantes Egresados de la Carrera de Derecho al interior del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual SENAPI, que así mismo permitirá que los egresados puedan obtener el Título en Provisión Nacional una vez concluida el Trabajo Dirigido en la mencionada Institución.<sup>1</sup>

De conformidad al Art. 66 y 71 del reglamento del Régimen Estudiantil de la Universidad Boliviana concordante con el Reglamento de la Modalidad de Graduación – Trabajo Dirigido de la Carrera de Derecho, cumplí con los requisitos establecidos como consta en el file personal presentado ante la Dirección de la Carrera de Derecho, habiéndose lanzado la convocatoria Publica No. 005/2011 de fecha 02 de Febrero de 2011, para la realización de Trabajo Dirigido en el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), realice mi postulación a la misma.

En cumplimiento al Auto de fecha 14 de febrero de 2011 emitido por la Dirección de Carrera de Derecho de la Universidad Mayor de San Andrés y la Resolución Facultativa de Homologación N° 260/2011 de fecha 15 de febrero de 2011 y en observancia a las disposiciones contenidas en el Art. 71 del Reglamento del Régimen Estudiantil del X Congreso Nacional de Universidades en vigencia, se aprobó mi solicitud para desarrollar el Trabajo Dirigido como modalidad de graduación en el Servicio Nacional de

---

<sup>1</sup> Convenios y Contratos de Bienes y Servicios, Dirección Jurídica del SENAPI, año 2010.

Propiedad Intelectual (SENAPI), designándose para tal efecto al Dr. Juan Ramos Mamani como mi tutor Académico.

## b) MARCO TEÓRICO.

**TEORÍA SOBRE LA COMPETENCIA DESLEAL:** El Profesor Zoll de la Universidad de Cracovia, autor de la Ley Polaca y de la brillante exposición de su teoría sobre Competencia Desleal, tomando en cuenta la ley Polaca, considera actos ilícitos (delitos) cuando atacan los intereses de los competidores, los considera desde el punto de vista de que cada empresario es el sujeto de un derecho privado absoluto, el cual como todo derecho privado subjetivo y absoluto como el derecho de propiedad, da lugar a reivindicaciones (acciones) contra todas las personas que atenten contra él.

Por tanto, concluye el **Profesor Zoll:** *la empresa es un bien inmaterial en el dominio de la actividad comercial, como las obras literarias y artísticas, las invenciones y los dibujos y modelos industriales, todos los cuales forman parte del dominio de la actividad creadora.*

Considerando que la empresa es un bien inmaterial sobre el que el empresario tiene un *derecho de propiedad comercial*, puede sufrir dos clases de violaciones, contra las que pueden iniciarse acciones:

*Primera* → la usurpación, contra la que puede ejercitarse una “*actio in rem*”.

*Segunda* → Hechos que disminuyan la fuerza atractiva de un establecimiento por medios contrarios a las buenas costumbres

comerciales; es decir, la competencia desleal contra las cuales se puede iniciar una “*actio in personam*”<sup>2</sup>

El tema a investigar, pretende utilizar esta teoría como un antecedente de lo que tratan las acciones en casos de Competencia desleal, adecuando a la realidad como un punto estratégico para proteger el comercio y la Industria a través del Registro de Marcas y de su protección efectiva por medio del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual como un ente coercitivo que inicie acciones: “*actio rem*” y “*actio personam*”, en casos de Competencia Desleal.

### **c) MARCO HISTÓRICO.**

Usualmente se entendía que la marca identificaba el origen del producto, servía para que el consumidor supiera quienes eran los distintos fabricantes de cada producto. En el siglo pasado en los EEUU de América una marca no era lo que hoy es en el comercio, Es decir, que el gran dilema de la denominación antiguamente conllevaba a mayores problemas que los de hoy en día se llega a ver en el mercado; porque en esa época “no existía el uso exclusivo de la denominación y símbolos que no estaban relacionados con el origen y propiedad de los productos, solo estaban concebidos para indicar su nombre y calidad” es como lo relata en un fallo transcrito por DERENBERG<sup>3</sup>.

Considero un punto muy fundamental en la historia de la Propiedad Intelectual para la aparición de la Competencia Desleal dentro de este ámbito del mercado, el origen de la regulación contra la competencia desleal surge en el siglo XIX de la mano del liberalismo económico, ello es así porque una de las conquistas de la revolución francesa consiste en la

---

<sup>2</sup> Esta teoría se basa en la referencia del Profesor Zoll, citado en el libro del autor AMOR FERNÁNDEZ ANTONIO, La Propiedad Industrial en el Derecho Internacional, Ed. Nauta, Barcelona, Pág. 196 – 197.

<sup>3</sup> OTAMENDI JORGE, Derecho de Marcas, Argentina Buenos Aires, Ed. Abeledo Perrot, Pág. 8.

denominada libertad de industria y de comercio, es decir, la libertad de competir. Libertad que en etapas históricas anteriores no existía, debido principalmente a la rígida implantación de los gremios.

Pues bien, la posibilidad de dedicarse libremente al ejercicio de actividades económicas puso de manifiesto, al cabo de cierto tiempo, que era necesario evitar que participantes en el mercado poco escrupulosos perjudicaran a sus competidores mediante actuaciones incorrectas, mediante actuaciones desleales.

Hoy en día esa ideología dentro de la propiedad Intelectual se ha superado; pues la marca no distingue el origen, más al contrario la gran mayoría de los consumidores ignora quien es el fabricante de los productos que adquiere. Por tal motivo la marca tiene la función esencial de distinguir un producto o un servicio, de otros; es por esta razón que la marca debe ser protegida efectivamente para evitar que a diario como se observa en los mercados, en los que se exponen una innumerable cantidad de marcas semejantes a otras, ocasionando confusión en el consumidor, dando lugar al nacimiento de la Competencia Desleal, porque muchas de estas marcas pueden estar en el mercado por medio de actos deshonestos he ahí la necesidad de la intervención del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual.

#### **d) MARCO CONCEPTUAL.**

##### **Coercitivo:**

(Del lat. *coercĭtum*, supino por *coercĕre*, contener). **1.** adj. Que sirve para forzar la voluntad y la conducta por alguien. **2.** adj. Represivo, inhibitorio.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <http://www.diccionario.info/coercitivo>.

### **Comercio:**

El término comercio proviene del concepto latino *commercium* y se refiere a la negociación que se entabla al comprar o vender géneros y mercancías. También se denomina comercio a la tienda, almacén o establecimiento comercial, y al conjunto o clase de comerciantes. En otras palabras, el comercio es la actividad socioeconómica que consiste en la compra y venta de bienes, ya sea para su uso, para su venta o para su transformación. Se trata de la transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor (que puede ser dinero).<sup>5</sup>

### **Competencia Desleal:**

Competencia desleal todo acto de competencia que sea contrario a las prácticas honestas en el ámbito industrial y comercial.<sup>6</sup>

La definición Jurídica de Competencia Desleal, Delito contra la libertad de trabajo, que se configura por el empleo de maquinaciones fraudulentas, sospechosas, malévolas, o cualquier otro medio de propaganda aviesa, con el propósito de desviar en provecho propio la clientela de un establecimiento comercial e industrial.

### **Empresa:**

Si bien el concepto de empresa se encuentra aún en plena elaboración tanto en el concepto jurídico como en el económico, se puede decir que comúnmente se entiende como aquella organización de los elementos de la producción – naturaleza, capital y trabajo- con miras a un fin determinado.

### **Ente Sancionador:**

Dentro de la Administración, el Derecho Sancionador tiene como finalidad mantener el orden del sistema y reprimir por medios coactivos, aquellas conductas contrarias a las políticas del ente estatal. Un sector de la doctrina

---

<sup>5</sup> <http://definicion.de/comercio/>.

<sup>6</sup> [www.ired.org/miembros/ulises/.../2008-06.../009UC001.pdf](http://www.ired.org/miembros/ulises/.../2008-06.../009UC001.pdf) - Colombia-.

define el poder sancionador dado a la Administración como aquel en virtud del cual *“pueden imponerse sanciones a quienes incurran en la inobservancia de las acciones u omisiones que le son impuestas por el ordenamiento normativo administrativo, o el que sea aplicable por la Administración Pública en cada caso”* bajo el criterio de Escola Héctor.<sup>7</sup>

### **Industria:**

Maña y destreza o artificio para hacer una cosa. 1Conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales.

El concepto se encuentra íntimamente vinculado con la economía, con el Derecho Comercial, en el sentido de que en algunos tipos socio capitalistas, que aportan el dinero necesario para el desenvolvimiento de la empresa, con los socio industriales, que concurren únicamente con su trabajo y su técnica y con el Derecho Laboral, que algunos autores han llamado Derecho Industrial. <sup>8</sup>

### **Marca:**

Es el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro. Esta simple definición puede completarse con otras funciones que la marca cumple. La marca juega un papel preponderante, casi esencial en el proceso competitivo.<sup>9</sup>

### **Mercado:**

Corrientemente se dan a esta palabra dos acepciones distintas; el lugar Publico donde se reúnen diversos individuos para la venta de productos de uso común, estando generalmente sometidos esos lugares a

---

<sup>7</sup> Karen Vargas López, PRINCIPIOS DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR, información encontrada en la página web. <http://www.binasss.sa.cr/revistas/rjss/juridica14/art4.pdf>.

<sup>8</sup> Osorio Manuel, Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Editorial Heliasta, Pág. 510-511, 2007.

<sup>9</sup> OTAMENDI JORGE, Derecho de Marcas, Argentina Buenos Aires, Ed. Abeledo Perrot, Pág. 7.

reglamentación municipal. También el conjunto de las transacciones que se efectúan en una plaza o que se refieren a ciertas mercancías.

### **Protección Legal:**

Acción de ayudar o proteger a una persona natural o jurídica mediante el uso de las leyes escritas.

“La Protección legal ampara a los signos distintivos, pues se consideran como instrumentos que sirven para dar a conocer las prestaciones y establecimientos en el mercado y, de la misma forma, son un importante canal de comunicación con los consumidores, a los que se les dirige información sobre las características de los productos”.<sup>10</sup>

### **Usuario:**

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) define el concepto de usuario con simpleza y precisión: un usuario es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius*, hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.<sup>11</sup>

## **e) MARCO JURÍDICO POSITIVO.**

- La Nueva Constitución Política del Estado, en su Art. 100 parágrafo II: El Estado protegerá los saberes y los conocimientos mediante el registro de la propiedad intelectual que salvaguarde los derechos intangibles de las naciones y pueblos indígena originario campesinas y las comunidades interculturales y afrobolivianas”.

Y el Art. 102: El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas,

---

<sup>10</sup> [www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal](http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal).

<sup>11</sup> <http://definicion.de/usuario/>.

compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley.”<sup>12</sup>

- El Código de Comercio de Bolivia, a partir de sus artículos 66, 67, 68 y 69, pero el más relevante es este último, “que establece claramente Actos que constituyen Competencia Desleal: Se considera autor de actos de competencia desleal al comerciante que:
  - 1) Viole las disposiciones que protegen el nombre comercial, marcas de fabrica, patentes de invención, avisos, muestras, secretos y otras de igual naturaleza;
  - 2) Se sirva de nombres supuestos, deforme los conocidos u adopte signos distintivos que se confundan con los productos, actividades o propagandas de otros competidores;
  - 3) Utilice Medios o sistemas tendientes a desacreditar los productos o servicios de un competidor o los altere con el propósito de engañar;
  - 4) Utilice una denominación de origen o imite y aproveche las cualidades de los productos ajenos en beneficio propio;
  - 5) Emplee ponderaciones o exageraciones cuyo uso pueda inducir a errores en el público;
  - 6) Soborne a los empleados de otra empresa para que ahuyenten a la clientela o ejerza maquinaciones para privar de los técnicos y empleados de confianza de sus competidores;

7) Utilice medios o sistemas dolosos destinados a desorganizar el mercado comercial;

8) Efectué cualquier otro procedimiento en detrimento de otros empresarios, que sea contrario a la ley y costumbres mercantiles”.

13

- Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial → Principalmente en el Art. 10bis. 2) del Convenio de Paris define como acto de competencia desleal “Todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial y Comercial”

Y el Art. 10bis. 3) especifica que actos, en particular, deberán prohibirse:

- “Cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

- Las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público en error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.

- Las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos”<sup>14</sup>.

- Decisión 486 Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la CAN, en todos los Artículos necesarios al momento de realizar la descripción del

---

<sup>13</sup> Código de Comercio de Bolivia.

<sup>14</sup> Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial.

Régimen De Protección De La Propiedad Intelectual a la que se adscribe Bolivia.

- El Reglamento de Procedimiento Interno De la Propiedad Industrial y Observancia Del Servicio Nacional De Propiedad Intelectual (SENAPI), en sus artículos 69 al 84, como referencia para incorporar en la normativa interna la Competencia Desleal.
- Decreto Supremo 28152. En su Art. 9.- (DIRECCION JURIDICA), en el Parágrafo II. La Dirección Jurídica actúa también como la instancia de sustanciación en todos los procesos por infracción y competencia desleal que se instauren por titulares de derechos.
- Jurisprudencia. Uno de los parámetros que establecen la protección en tema marcario ante actos de Competencia Desleal, se configura en el Art. 137 de la Decisión 486. Dicha decisión tiene su fundamento en el artículo 10 del Convenio de Paris donde se establece que los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los países miembros una protección eficaz contra la competencia desleal.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Ver Anexos, Nota de Prensa 3.

## **CAPITULO II**

**EL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD  
INTELECTUAL BASADO EN LA DECISIÓN 486 A LA  
QUE SE ADSCRIBE BOLIVIA.**

La ***propiedad intelectual*** es la forma bajo la cual el Estado protege el resultado del esfuerzo creador del hombre y algunas de las actividades que tienen por objeto la divulgación de esas creaciones. El artículo 2 del Convenio por el que se crea la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), al definirla, señala que la propiedad intelectual se refiere a los derechos relativos a las creaciones y actividades enumeradas en dicho artículo y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico.

Dentro de las creaciones y actividades que en dicho Convenio se considera que forman parte de la propiedad intelectual se encuentran:

- Las obras literarias, artísticas y científicas,
- Las interpretaciones y ejecuciones de los artistas,
- Los fonogramas,
- Las emisiones de radiodifusión,
- Las invenciones en todos los campos de la actividad humana,
- Los descubrimientos científicos,
- Los dibujos y modelos industriales,
- Las marcas de fábrica, de comercio y de servicio,
- Los nombres y denominaciones comerciales, y
- La represión de la competencia desleal.

Sin embargo, las legislaciones centroamericanas no protegen todas las creaciones del intelecto anteriormente enumeradas, y tampoco incluyen una disposición tan amplia como para posibilitar la protección de todas las creaciones resultantes de la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico. En el sistema de patentes, por ejemplo, se excluyen de protección las teorías científicas, los descubrimientos, los métodos matemáticos, de publicidad y de negocios, y los métodos de diagnóstico, terapéuticos y quirúrgicos para el tratamiento de personas o animales, que aunque son creaciones del intelecto no son objeto de

protección. Por tal razón, cuando hablamos de la propiedad intelectual, considerando parte del ordenamiento jurídico que define las creaciones humanas protegidas en el campo literario y artístico, así como en el campo de la industria y el comercio; el nivel de protección que se reconoce a cada una de ellas; los requisitos que en cada caso permiten acceder a esa protección; y las condiciones a que queda sujeto su ejercicio y su tutela legal.

Una de las características principales de los derechos de Propiedad Intelectual, es que su protección respecto al lugar en donde se ejerce el derecho se enmarca en el ámbito territorial; es decir; una Registro de marca por ejemplo se otorga protección solo en los países que fueron solicitadas y como prioridad se puede utilizar la fecha de presentación inicial dentro de estas solicitudes, a través de Convenios Internacionales.

Dependiendo del campo al que pertenezcan las creaciones protegidas, la Propiedad Intelectual se divide en dos categorías:

- Propiedad Industrial
- Derechos de autor y Derechos Conexos.

Dentro de la categoría de la Propiedad Industrial se encuentran:

### **1.5. PATENTES**

Las patentes son invenciones que constituyen un aporte que el ser humano entrega a la sociedad en el área de la tecnología; es el fruto de un esfuerzo intelectual considerable y, en la mayor parte de los casos, producto de una inversión económica importante. Sin embargo, para que una invención sea protegida no es necesario que la idea que represente corresponda al sector de la “alta tecnología”, como tampoco es determinante el monto que el inventor haya invertido en el desarrollo de su creación.

Para evitar que terceros hagan el uso de la tecnología patentada, automáticamente desde el momento de la patentabilidad se convierte en un derecho exclusivo que lo otorga el Estado al inventor quien se convierte en el único que puede hacer uso u otorgar autorización sobre la tecnología que bajo las condiciones que el titular establezca. Según las norma del ADPIC (Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio)<sup>16</sup>, las patentes se otorgan por el tiempo de veinte años, vencido el plazo de la patente cualquier persona puede hacer uso de la tecnología de la patente transfiriéndose al dominio público.

### 1.5.1. Patentes de Invención

Se entiende por patente de invención, el título concedido por un Estado al solicitante de una **invención** sea de producto o de procedimiento de cualquier campo de la tecnología, siempre que sea **nueva, tenga nivel inventivo y sea susceptible de aplicación industrial**.

Para que se otorgue una patente, la invención debe cumplir con los requisitos establecidos en la “*Decisión 486*”<sup>17</sup>; que se detallan a continuación:

- ***Ser novedosa.***

**NOVEDAD (Art. 16).**- Una invención se considerará nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica.

El **estado de la técnica** comprenderá todo lo que haya sido accesible al público por una descripción escrita u oral, utilización, comercialización o cualquier otro medio antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la **prioridad** reconocida.

---

16 [www.senapi.gob.bo](http://www.senapi.gob.bo)

17 Decisión 486, Régimen común de Propiedad Industrial de la CAN, Art. 16, 18 y 19.

- ***Tener nivel inventivo.***

**NIVEL INVENTIVO (Art. 18).**- Se considerará que una invención tiene nivel inventivo, si para una persona del oficio normalmente versada en la materia técnica correspondiente, esa invención no hubiese resultado obvia ni se hubiese derivado de manera evidente del estado de la técnica.

- ***Ser susceptible de Aplicación Industrial.***

**APLICACIÓN INDUSTRIAL (Art. 19).**- Se considerará que una invención es susceptible de aplicación industrial, **cuando su objeto pueda ser producido o utilizado en cualquier tipo de industria**, entendiéndose por industria la referida a cualquier actividad productiva, incluidos los servicios.

### **1.5.2. Modelo de Utilidad**

Se define como Modelo de Utilidad en la Decisión 486 de la Comunidad Andina en su Art. 81, “Se considera **Modelo de Utilidad**, a toda nueva forma, configuración o disposición de elementos, de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.”<sup>18</sup>

Tomando en cuenta el criterio con el que se expresa Hildegard Rondón 19, hace un clara diferenciación de los modelos industriales, ella considera que estos son generalmente proceden de producción artesanal o derivan de la

---

18 Decisión 486, Régimen común de Propiedad Industrial de la CAN, Art. 81.

19 RONDON DE SANZO HILDEGARD, El Régimen de la Propiedad Industrial, Editorial Arte, Caracas Venezuela, 1995, pág. 182.

investigación de las grandes empresas que operan con grandes tecnologías, por lo tanto no toda invención tiene la característica de patentable por lo que pertenecen al campo de Modelos Industriales.

Dentro de la Decisión 486, la norma aplicable, la vigencia de las patentes de modelo de utilidad tienen un plazo de duración de DIEZ años contado a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud y el pago de tasas de anualidad.

### **1.5.3. Esquema de Trazados de Circuitos Integrados**

Se define en el “Art. 86 de la decisión 486, Esquema de Trazados de Circuitos integrados se entiende por:

**a) circuito integrado:** un producto, en su forma final o intermedia, cuyos elementos, de los cuales al menos uno es un elemento activo y alguna o todas las interconexiones, forman parte integrante del cuerpo o de la superficie de una pieza de material, y que esté destinado a realizar una función electrónica; y

**b) esquema de trazado:** la disposición tridimensional, expresada en cualquier forma, de los elementos, siendo al menos uno de éstos activo, e interconexiones de un circuito integrado, así como esa disposición tridimensional preparada para un circuito integrado destinado a ser fabricado.”<sup>20</sup>

### **1.5.4. Diseño Industrial**

Un Diseño Industrial, es una creación intelectual que tiene por objeto dar a un producto una apariencia particular. Esta apariencia puede estar

---

<sup>20</sup> Decisión 486, Régimen común de Propiedad Industrial de la CAN, Art. 86.

determinada por la forma del producto, su color, textura o cualquier otra característica. Los diseños industriales pueden ser de dos clases:

- Los ***dibujos industriales***, que son aquellos que otorgan una apariencia original al producto, utilizando para ello líneas, figuras o colores. La incorporación de dichos elementos al producto es exclusivamente con fines de ornamentación, como en el caso de los diseños en textiles y los diseños de modas.
- Los ***modelos industriales***, que son aquellos que proveen al producto de una apariencia original a través de una forma tridimensional, siempre que esa forma no implique efectos técnicos o que haya sido concebida por consideraciones o exigencias de orden técnico, como el diseño de un teléfono, de un mueble, de un automóvil, o un aparato electrodoméstico.

Los diseños industriales tienen un plazo de duración de DIEZ años contado a partir de la fecha de presentación de la respectiva solicitud y el Diseño Industrial otorga a su titular un derecho exclusivo a utilizarlo y a prohibir su utilización por terceros sobre la totalidad o parte de un producto.

#### **1.6. SIGNOS DISTINTIVOS.**

Los Signos Distintivos, son las señales o figuras que utilizan las empresas para hacerse reconocer en el mercado y diferenciarse de sus competidores. Sin embargo, no todos los elementos que utilizan los empresarios para identificar en el mercado sus productos, sus locales o su actuación, son susceptibles de protección mediante el sistema de la propiedad industrial, sino sólo aquéllos que expresamente señala la ley.

De acuerdo con la legislación, un signo distintivo puede ser una marca, un nombre comercial, un emblema, un rótulo, una expresión o señal de publicidad y una denominación de origen. Sobre dichos signos puede

adquirirse un derecho exclusivo que faculta al titular a impedir a terceros que los utilicen en el comercio.

Sobre los demás medios que el empresario emplee para distinguir su actuación mercantil, no se puede adquirir un derecho de exclusividad pero el empresario puede exigir que sus competidores no los utilicen con el objeto de beneficiarse de su prestigio o clientela, es decir, deslealmente.

### **1.6.1. MARCAS**

La Decisión 486, en su Artículo 134, define a la marca como “cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica”.<sup>21</sup>

La marca es un bien inmaterial constituido por un signo conformado por palabras o combinación de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, etc., que, susceptibles de representación gráfica, sirvan para distinguir en el mercado productos o servicios, a fin de que el consumidor o usuario medio los identifique, valore, diferencie y seleccione sin riesgo de confusión o error acerca del origen o la calidad del producto o del servicio (Tribunal Andino Proceso 6-IP-2009).

Las marcas además de cumplir una función de distintividad entre las mercancías y servicios que se ofrecen en el mercado, pueden cumplir otras funciones relevantes para fomentar la competencia y proteger al consumidor, tales como la indicación del origen empresarial del producto o servicio y la garantía de cierta calidad. Por esas razones las marcas, y en general todos los signos distintivos, merecen una adecuada tutela frente a su uso indebido o su imitación.

---

<sup>21</sup> Decisión 486, Régimen común de Propiedad Industrial de la CAN, Art. 134.

Los signos que pueden registrarse como marcas, dependiendo de los elementos que se utilicen para formar una marca, estas pueden distinguirse de la siguiente manera:

- **Denominativas**, cuando están integradas exclusivamente por palabras, nombres, frases, letras o cifras.
  
- **Figurativas**, cuando están constituidas exclusivamente por figuras, retratos, escudos, estampados, viñetas, orlas, líneas y franjas y combinaciones o disposiciones de colores y otros signos similares.
  
- **Mixtas**, cuando están integradas por elementos denominativos y figurativos.
  
- **Tridimensionales**, cuando están integradas por elementos, que sin ser denominativos, figurativos o mixtos, cumplen una función distintiva en el comercio, mediante una particular forma, presentación o acondicionamiento de los productos, o de sus envases o envolturas, o de los locales comerciales en los que se venden los productos o se prestan los servicios.
  
- **Sonoras**, cuando están integradas por elementos auditivos.

#### **1.6.2. LEMAS COMERCIALES**

Según la decisión 486 de la Comunidad Andina se entiende por Lema Comercial la palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca.

“La solicitud de registro de un lema comercial deberá especificar la marca solicitada o registrada con la cual se usará”<sup>22</sup>.

### **1.6.3. MARCA COLECTIVA**

Las **marcas colectivas**, que se registran para identificar los productos o servicios de un grupo de personas que han sido autorizadas para utilizar las marcas; es decir; es aquel signo de representación gráfica que distingue e identifica todos los productos o servicios que desea ofrecer una asociación de personas que comercializan un mismo producto en el mercado. Normalmente las marcas colectivas se definen como signos que distinguen la procedencia geográfica, el material, el modo de fabricación, la calidad u otras características comunes de los productos o servicios de distintas empresas que utilizan la marca colectiva.

La mayoría de los países exige que la solicitud de marca colectiva vaya acompañada de una copia de las normas que rigen el uso de la marca colectiva y no permiten la concesión de licencias en relación con este tipo de marcas. Y las marcas colectivas solo podrán ser solicitadas por asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios que tengan capacidad jurídica en el país.

### **1.6.4. MARCA DE CERTIFICACIÓN.**

Las **marcas de certificación**, que se registran para identificar mercancías o servicios que cumplen un determinado estándar de calidad, controlado y certificado por la institución propietaria de la marca. Al igual que las marcas colectivas, las marcas de certificación pueden ser utilizadas por varias personas. La certificación de las características de la marca aplicado a productos y servicios la realiza el titular, que puede ser una empresa o

---

<sup>22</sup> Decisión 486 de la Comunidad Andina. Art. 176.

institución ya sea de Derecho Privado o de Derecho Público; regional o Internacional.

#### **1.6.5. RÓTULOS O ENSEÑAS**

*El Rótulo o las enseñas*, son aquellas que se presentan como un signo visible que identifica un local comercial determinado. A diferencia de las marcas, los nombres comerciales, los emblemas y los rótulos son protegidos desde su primer uso público en el comercio. Lo anterior no quiere decir que no puedan registrarse. El propietario de un establecimiento o local comercial puede inscribir el signo que lo identifica pero la inscripción tendrá efecto declarativo. La figura de los rótulos sólo es reconocida en las leyes de *Honduras* y *Nicaragua*.

El derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa. Los nombres comerciales son independientes de las denominaciones o razones sociales de las personas jurídicas, pudiendo ambas coexistir.

#### **1.6.6. DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

En el caso de las *denominaciones de origen*, su registro no confiere un derecho exclusivo a favor de una persona en particular sino favorece a todos los productores, fabricantes o artesanos que desempeñen su actividad dentro de la zona geográfica que comprenda la denominación de origen y que cumplan con las normas de producción o elaboración establecidas en el reglamento respectivo.

El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual respecto a las denominaciones de Origen es la única entidad que otorga la protección de una Denominación de Origen.

### **1.7. COMPETENCIA DESLEAL VINCULADA A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.**

La Competencia Desleal según el Art. 10bis. 2) del Convenio de Paris define como acto de competencia desleal “Todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial y Comercial”

El Art. 10bis. 3) especifica que actos, en particular, deberán prohibirse:

1. “Cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
2. Las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público en error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.
3. Las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos”<sup>23</sup>.

La vinculación que se halla entre la Competencia Desleal y la Propiedad Industrial se encuentra en la amplia gama de actos desleales que se cometen sobre marcas que se encuentran dentro del ámbito comercial, las mismas que no suelen combatirse por medio de leyes específicas en

---

<sup>23</sup> Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial.

materia de propiedad industrial así como se establece en la Decisión 486 que transcribe el Art. 10bis. 3) del Convenio de Paris, pero define claramente en su Art. 258: Que “se considera desleal todo acto vinculado a la propiedad Industrial realizado en el ámbito empresarial que sea contrario a los usos y practicas honestas”<sup>24</sup>.

Por consiguiente, es necesario contar con una legislación contra la competencia desleal bien para completar las leyes relativas a la propiedad industrial, o para brindar un tipo de protección que éstas no pueden ofrecer, es decir, que no es suficiente la legislación sobre competencia Desleal.

## 1.8. DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

En sentido estricto, se puede definir el derecho de autor como el conjunto de facultades que la ley reconoce a favor del creador de una obra ***literaria o artística original***. Esta definición no contempla las actividades que forman parte de los llamados derechos conexos.

El derecho de autor es quizá la forma de protección más antigua de las creaciones del intelecto. Tradicionalmente ha sido reconocido como un derecho fundamental del hombre, aunque su contenido ha venido volviéndose cada día más complejo, en respuesta a las nuevas formas de utilización de las obras y al crecimiento de las actividades industriales y comerciales que tienen por objeto la producción, difusión, comercialización y explotación de las creaciones del ingenio. El desarrollo tecnológico en los medios de comunicación ha hecho posible nuevas formas de explotación de las obras del intelecto y la protección de nuevos géneros como los programas de ordenador, las bases de datos, las obras multimedia y el llamado “*arte digital*”, pero también han facilitado la reproducción de las obras sin la autorización del titular de los derechos. La fotocopiadora, la

---

<sup>24</sup> Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la C.A.N.

reproductora de videos, la Internet y la digitalización por medio de computadoras personales son algunos ejemplos de ello.

La creación de una obra en materia de Derechos de Autor está protegida a la sola existencia de la misma, sin la necesidad de registrarla; pero para tener un respaldo de una mejor protección el SENAPI realiza el registro de las obras, con el objeto de hacerlas publicas y poder constar con un respaldo legal, e incluso para cumplir la publicidad existe el proyecto de crear una biblioteca de obras registradas en el SENAPI.

Dentro de estas obras tenemos:

- Obras Literarias
- Tesis, Proyectos De Grado
- Otras Obras(Folletos, Proyectos)
- Obras Musicales
- Obras Artísticas
- Obras Cinematográficas
- Obras Escénicas
- Programas De Computación(Software)
- Obras Fonográficas

El derecho de autor y los derechos conexos protegen los derechos de los autores, artistas intérpretes y ejecutantes, productores y radiodifusores, y contribuye al desarrollo cultural y económico de los pueblos. Esta protección tiene un papel decisivo en la articulación de las contribuciones y los derechos de distintas partes interesadas y la relación entre éstas y el público.

Y en los derechos Conexos se aplican a otras categorías de titulares de derechos, como son los artistas intérpretes, ejecutantes, productores de fonogramas y los organismos de radio difusión.

## **CAPITULO III**

**LA IMPORTANCIA DE LA PROTECCIÓN DE LA  
MARCA Y LA RELACIÓN EXISTENTE ENTRE  
COMPETENCIA DESLEAL EN BOLIVIA.**

La Importancia de la protección de la marca como ya se menciono anteriormente, permite que el empresario tenga esa seguridad de que nadie va a atentar contra su empresa, porque él solo hecho de utilizar un medio deshonesto para afectar al buen nombre de una empresa (marca) que adquirió prestigio con años de esfuerzo, ese esfuerzo que debe ser fomentado con la protección efectiva de la marca, pues al conceder protección a esa propiedad intelectual, se fomentan esos años de esfuerzo y las industrias basadas en esa misma labor pueden progresar pues las personas se dan cuenta de que ese trabajo implica una ganancia financiera, la falta de protección implicaría afectar al capital de una empresa.

El carácter de importante también se da por los intereses que se juegan en el mercado, la “Trilogía de Intereses: el interés privado de los empresarios, el interés colectivo de los consumidores y el interés público del Estado”<sup>25</sup>, son intereses a los que se les está vulnerando la debida protección, al poner límites legales a la Competencia Desleal en materia de Marcas, se lograría de cierta manera la armonía en el desenvolvimiento dentro del mercado del comercio y paralelamente se daría crecimiento a la Industria por medio del consumidor que adquiriría el producto que se denomina por la marca registrada y no por otra.

Después de haber mencionado claramente la importancia de la protección de la Marca ante actos de Competencia Desleal, a continuación se desarrollara la relación de la Competencia Desleal en diferentes ámbitos.

## **2.5. LA INSTITUCIÓN DE COMPETENCIA DESLEAL.**

La Institución de la Competencia desleal, se la puede distinguir de lo que es la Competencia Leal desde el ámbito de la sanción; es decir; que la Competencia Desleal no se sanciona con la ilicitud el haber causado a otro un perjuicio, sino el haberlo hecho indebidamente. Se considera a la

---

<sup>25</sup> BARONA VILAR, SILVIA, Competencia Desleal, 2da. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, 1999, pág. 24.

Competencia Desleal ilícita por el medio que utiliza, por ejemplo, cuando un competidor desvía a la clientela por medio de publicidad engañosa o se altera la igualdad de oportunidades que ambos competidores tienen para atraer clientela, es el MEDIO con el que se comete el acto.

Es decir, lo ilícito de la competencia desleal no es el daño provocado, sino la utilización de un medio ilegal para causarlo; la teoría de la Competencia Desleal es la Teoría de Medios, que dentro de sus fines es excluir, todo tipo de medios ilícitos para asegurar un funcionamiento eficiente de la economía del mercado.

Después de haber dado una clara diferencia de lo que es la Competencia Desleal, es necesario mencionar para complementar al Autor Nazar Espeche quien indica: Que “La Competencia Leal y Lícita –que puede ser objeto de un accionar prohibido que la afecte respecto del cual el derecho reacciona para sostener la lealtad competitiva –se diferencia la Competencia Desleal – que no implica una mera actividad prohibida en el marco señalado, sino un acto delictual que va en contra en forma ilícita de la sana competencia-”.<sup>26</sup>

Para lograr calificar que actos se consideran dentro del campo de Actos desleales se detalla la categorización que considero es la más completa bajo el estudio de la “Dra. Silvia Barona Vilar”<sup>27</sup>, quien tipifica los actos de Competencia Desleal de la siguiente manera:

- ***Criterio General de la Buena fe:***

El juego de la buena fe en el mercado es de vital importancia debido a que este indica los parámetros de que actos leales o desleales, es decir; los derechos deben exigirse conforme a las exigencias de la buena fe, o

---

<sup>26</sup> NAZAR ESPECHE, FELIX A., Defensa de la Competencia, Ed. Depalma, Argentina, Buenos Aires, 2001, pág. 29.

<sup>27</sup> BARONA VILAR SILVIA, Competencia Desleal, 2Ed. Tirant lo Blanch, Valencia 1999.

cuando nos hallemos frente un “acto de competencia contrario a los usos honestos en materia Industrial o comercial”<sup>28</sup>. La buena fe nos ayuda a determinar la conducta dentro del mercado que debe tener un competidor con respecto a otro.

- ***Actos de Confusión:***

Son aquellos actos en el mercado tendientes a crear confusión respecto a la actividad, a las prestaciones o el establecimiento ajenos, existe el riesgo de que se cree una asociación de consumidores respecto a la procedencia de la procedencia del producto, riesgo que es suficiente para determinar la deslealtad de una práctica, se trata de actos que tienen la capacidad de confundir a potenciales consumidores, como podría darse la utilización del distintivo (registrado) de una empresa en relación con el usado por otra empresa. Lo que se pretende evitar es que el consumidor corriente se encuentre en confusión al momento de elegir el producto.

- ***Actos de Engaño:***

Se consideran deshonestos los Actos de Engaño, al momento de utilizar indicaciones falsas omitiendo a las verdaderas o cualquier otro tipo de medio que pueda inducir a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación o distribución, características, calidad, cantidad, etc., del producto, es decir; sobre las ventajas del producto ofrecidas a los consumidores.

Los elementos que deben darse en el mercado para considerar si un acto es de engaño son:

- 1) Debe consistir en un fraude, que puede caracterizarse por contener omisiones que induzcan a engaño o reflejando conducta engañosa al momento de presentar los productos.

---

<sup>28</sup> Convenio de París.

2) Los medios a través de los cuales pueda ejecutarse el engaño:

- Por la mera presentación de los productos mediante la utilización de indicaciones falsas;
- Por omitir datos verdaderos;
- Por cualquier medio que implique engaño sobre las características, naturaleza, las ventajas que se ofrecen del producto.

3) Estos actos afectan directamente a los consumidores por ser los destinatarios en el mercado, pero paralelamente se está afectando al empresario quienes pueden sufrir un potencial perjuicio.

4) Para determinar el engaño debe tomarse en cuenta todos los elementos.

- ***Obsequios, primas y supuestos análogos:***

Esta se refiere a la obligación de contratar una determinada prestación, del que se obtiene ventajas como obsequios, primas; la inducción al consumidor a realizar este tipo de contrataciones debe considerarse como un acto desleal. Para determinar dentro de esta categoría deben concurrir los siguientes supuestos:

1) En la compra o contratación principal se efectúa porque se induce al consumidor a error acerca del nivel de precios de otros productos o servicios de la misma empresa.

- 2) Cuando la inducción a la adquisición del producto se produce como consecuencia de la falta de apreciación de alternativas de oferta.
- 3) Para que los anteriores supuestos puedan considerarse desleales, cuando el costo efectivo de la ventaja exceda el 15 % del precio de la prestación principal.
- 4) La posible subordinación de la conclusión de un contrato a la aceptación de prestaciones suplementarias que no guarden relación con el objeto de tal contrato.

- ***Actos de denigración:***

Se considera como desleal la realización de manifestaciones sobre la actividad de un tercero que sean aptas para menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas o pertinentes, lo cual no se puede considerar pertinente la vida privada asuntos personales del afectado. Para poder determinar el carácter de denigrante se debe considerar:

- 1) La denigración no recae sobre la persona del actor.
- 2) La finalidad de esta actividad es desvalorizar al competidor.
- 3) La consideración de desleal se mantiene si las afirmaciones que se difunden no son ciertas.

- ***Actos de Comparación:***

Los actos de Comparación son el instrumento de transparencia en el mercado comercial y empresarial que se debía potenciarlo, porque permite la libre elección del consumidor de los productos o servicios que considera adecuados. Es decir, que se refiere a la aplicación de la comparación publicitaria mientras sea verdadera y no engañosa la misma se convierte en el vehículo de difusión y permite la conexión más directa con los consumidores con el fin de brindar una protección a los mismos.

Las pautas para tildar a la comparación como un Acto Desleal, se debe tomar en cuenta los siguientes elementos:

- 1) La acción consiste en la Comparación de dos elementos implícitos, sobre lo que es propio o ajeno con lo de un tercero.
- 2) La comparación recae sobre la actividad o la prestación.
- 3) Esa comparación debe ser Pública.
- 4) Debe referirse a extremos que no sean análogos, relevantes ni comprobables, es decir, que no es posible comparar lo que analógicamente es dispar.

- ***Actos de Imitación:***

Son aquellos actos de imitación de prestaciones se considera desleal cuando es idónea para que exista la asociación de consumidores respecto al aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. No todo acto de imitación es considerada desleal solo en casos en los que se encuentre sobre productos o servicios que estén amparados por un derecho

exclusivo reconocido por la Ley, el registro de marca parte del principio de exclusividad que es reconocido desde el momento en que es concedida una marca.

- ***Explotación de la Reputación Ajena:***

La explotación de la Reputación Ajena se establece de manera clara en la LCD, en su Art. 12: “Se considera desleal el aprovechamiento indebido, en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por otro en el mercado.

En particular, se reputa desleal el empleo de signos distintivos ajenos o denominaciones de origen falsas acompañados de la indicación acerca de la verdadera procedencia del producto o de expresiones tales como modelo, sistema, tipo clase y similares”<sup>29</sup>

- ***Violación de Secretos:***

Como se establece de manera clara y precisa en la LCD en su Art. 13: “Violación de secretos → 1. Se considera desleal la divulgación o explotación, sin autorización de su titular, de secretos industriales o de cualquier otra especie de secretos empresariales a los que se haya tenido acceso legítimamente, pero con deber de reserva, o ilegítimamente, a consecuencia de alguna de las conductas previstas en el apartado siguiente o en el artículo 14.

1. Tendrán asimismo la consideración de desleal la adquisición de secretos por medio de espionaje o procedimiento análogo.

---

<sup>29</sup> Ley de Competencia Desleal.

2. La persecución de las violaciones de secretos contempladas en los apartados anteriores no precisa de la concurrencia de los requisitos establecidos en el artículo 2. No obstante, será preciso que la violación haya sido efectuada con ánimo de obtener provecho, propio o de un tercero, o de perjudicar al titular del secreto.

- ***Inducción de Infracción Contractual:***

En la Ley de Competencia Desleal en su Art. 14 enmarca tres tipos de conductas que son consideradas desleales y en los tres casos hay una existencia de relación contractual:

- 1) La inducción de infringir los deberes contractuales básicos → la deslealtad se da cuando se realiza el acto de INDUCIR, donde solo interesa el resultado sin que necesariamente exista la intencionalidad. La actuación de deslealtad se dará cuando la inducción a la infracción contractual sea respecto de la infracción de deberes contractuales básicos.
- 2) La inducción a la terminación regular de un contrato → El acto desleal consiste en inducir tomando en cuenta los medios empleados como ser: el engaño, las amenazas, coacciones, medios que suponen el aprovechamiento de una situación.
- 3) El aprovechamiento en beneficio propio o de un tercero de una infracción contractual ajena → En este caso no existe inducción, lo que existe es beneficio ajeno; es decir; se origina la obstaculización de la actividad empresarial de otro.

- ***Violación de Normas:***

Tomando en cuenta el Art. 15 de la ley de Competencia Desleal, se considera Violación a la norma cuando en el mercado se prevalece de una ventaja competitiva adquirida mediante la infracción a las leyes, solo en casos en que se trate de una ventaja considerable. Para este tipo de acto desleal deben darse los siguientes requisitos:

- 1) La existencia de infracción a las leyes.
- 2) Que la infracción se realice bajo una imposición de ventaja competitiva.
- 3) Que la ventaja sea significativa.

- ***Discriminación:***

En el Art. 16 de la LCD., tipifica dos grupos de conductas desleales con la existencia de discriminación en el mercado:

- 1) Se prohíbe la discriminación de precios entre consumidores.
- 2) Se considera desleal la explotación de una empresa respecto a la dependencia económica en que puedan encontrarse sus empresas, clientes o proveedores el equivalente para el ejercicio de su actividad.

- ***Venta a Pérdida:***

La Venta o pérdida se refiere al respeto a las leyes; es decir; que por ejemplo no puede la fijación de precios vulnerar lo dispuesto en las leyes o en los reglamentos, se considera como conductas desleales cuando:

- 1) Sea susceptible de inducir a error en los consumidores respecto a los precios de otros productos o servicios de la misma empresa.
- 2) Se desacredite la imagen de un producto de una empresa ajena.

## **2.6. LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL CÓDIGO DE COMERCIO.**

La Competencia Desleal en DL N° 14379 Código de Comercio con concordante al Código Penal respecto a la sanción, considerando así a la Competencia Desleal como un delito dentro del ámbito Comercial. Así mismo se hace referencia en el Art. 69 → 30 que establece claramente Actos que constituyen Competencia Desleal: Se considera autor de actos de competencia desleal al comerciante que:

- 1) Viole las disposiciones que protegen el nombre comercial, marcas de fabrica, patentes de invención, avisos, muestras, secretos y otras de igual naturaleza;
- 2) Se sirva de nombres supuestos, deforme los conocidos u adopte signos distintivos que se confundan con los productos, actividades o propagandas de otros competidores;
- 3) Utilice Medios o sistemas tendientes a desacreditar los productos o servicios de un competidor o los altere con el propósito de engañar;

- 4) Utilice una denominación de origen o imite y aproveche las cualidades de los productos ajenos en beneficio propio;
- 5) Emplee ponderaciones o exageraciones cuyo uso pueda inducir a errores en el público;
- 6) Soborne a los empleados de otra empresa para que ahuyenten a la clientela o ejerza maquinaciones para privar de los técnicos y empleados de confianza de sus competidores;
- 7) Utilice medios o sistemas dolosos destinados a desorganizar el mercado comercial;
- 8) Efectué cualquier otro procedimiento en detrimento de otros empresarios, que sea contrario a la ley y costumbres mercantiles.

## **2.7. RELACIÓN ENTRE COMPETENCIA DESLEAL Y MARCAS.**

La relación entre Competencia Desleal y marcas se encuentra en la protección de la propiedad Intelectual, de manera más específica la Marca que es considerada como producto de la creación del intelecto humano al cual se debe otorgar la debida protección de actos de Competencia Desleal; considerando que la protección de los derechos de propiedad industrial no basta, para garantizar el juego limpio en el mercado. Pues una amplia gama de actos desleales, como la publicidad que pueda inducir a error y la violación de secretos comerciales no suelen combatirse por medio de leyes específicas en materia de propiedad industrial. Por consiguiente, es necesario contar con una legislación contra la competencia desleal, bien

para completar las leyes relativas a la propiedad industrial, o para brindar un tipo de protección que éstas no pueden ofrecer.

Tomando en cuenta que la experiencia ha demostrado que hay muy pocas posibilidades de que se establezca una competencia justa dejando simplemente que interactúen las fuerzas del mercado. En teoría, los consumidores, en su función de árbitros del juego económico podrían disuadir a los empresarios deshonestos ignorando sus productos o servicios en beneficio de los competidores honestos. Pero la realidad es diferente ya que a medida que una situación económica se hace más compleja, los consumidores son menos capaces de actuar como árbitros debido a la falta de conocimiento para reconocer los actos de competencia desleal, considerándose tanto al consumidor, como al competidor honesto, quienes deben ser protegidos contra la competencia desleal.

Existen numerosos tipos distintos de actos de competencia desleal que sirven como parámetros para detectar actos desleales como se desarrollo anteriormente, pero en materia de Propiedad Intelectual son estos los actos desleales más comunes:

- ***Crear confusión***

El Convenio de París (Artículo 10bis.3)) obliga a los Estados miembros a prohibir cualquier acto “capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor”.

El alcance de este artículo es muy amplio ya que abarca cualquier acto en el ejercicio del comercio que implique una marca, signo, etiqueta, lema, embalaje, forma o color de los productos, o cualquier otra indicación distintiva utilizada por un empresario.

- ***Inducir a engaño***

El hecho de inducir a engaño podría definirse como crear una falsa impresión de los productos o servicios de un competidor. Se trata de la forma más común de competencia desleal y que puede causar graves consecuencias: el consumidor, por ejemplo, basándose en información incorrecta, puede sufrir perjuicios financieros. El competidor honesto pierde clientela. La transparencia del mercado disminuye, con consecuencias negativas para el conjunto de la economía y el bienestar económico.

- ***Desacreditar a los competidores***

Es aquella acusación falsa relativa a un competidor que pueda perjudicar a su fondo de comercio. Por consiguiente, el descrédito supone siempre un ataque directo a un empresario determinado o a una determinada categoría de empresarios pero sus consecuencias trascienden ya que la información relativa al competidor o a su producto es incorrecta, y el consumidor puede sufrir las consecuencias.

- ***La violación de los secretos comerciales***

La violación de los secretos comerciales puede deberse a la información recabada y acumulada por la empresa o los individuos que trabajan en ella. Por ejemplo, las listas de clientes y clientes potenciales podrían proporcionar a dicha empresa una ventaja sobre sus competidores que no contasen con listas de tan buena calidad.

La divulgación de información secreta está definida como competencia desleal en el Acuerdo sobre los ADPIC de 1994, que obliga a los miembros de la Organización Mundial del Comercio a brindar protección a “información no divulgada”.

El Acuerdo sobre los ADPIC indica específicamente “que la protección de la Información no divulgada es necesaria para protegerla contra la competencia desleal.”<sup>31</sup>

- ***Sacar ventaja de los logros de terceros (beneficio gratuito).***

La noción de “beneficio gratuito” es la forma más clara de competencia por imitación. Existen varios tipos de beneficio gratuito que implican la merma del valor distintivo y de la calidad de la marca de un competidor. Esto puede producirse si se utiliza una marca similar para productos o servicios diferentes.

- ***La publicidad comparativa***

La publicidad comparativa puede caracterizarse por dos formas: una referencia positiva a otro producto (afirmando que el propio producto es tan bueno como el otro) o una referencia negativa (afirmando que el propio producto es mejor que el otro). En ambas formas de comparación implican una referencia (no autorizada) a un competidor, cuyo nombre se menciona o es identificable implícitamente por el público.

Esta lista detallada de actos de competencia desleal son enmarcadas dentro del ámbito de propiedad Industrial, que al tratar de regularlos se otorga la debida protección a la marca.

## **2.8. EFECTOS DE LA COMPETENCIA DESLEAL EN EL COMERCIO.**

Los efectos que causa la Competencia desleal dentro del comercio principalmente es el daño económico que desestabiliza a la naturalidad con

---

31 Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, Art. 39.

la que gira el mercado, por ejemplo el solo hecho de desviar clientela de otro competidor de forma engañosa se afecta de manera directa a su capital, quien al ser afectado siempre pedirá que se paguen los daños y perjuicios causados.

Otro efecto relevante es el daño a la población en general, pues la confusión que puede causar al consumidor, quien se encuentra sin la debida protección en nuestro país, porque no existe una regulación respecto a los actos de Competencia Desleal en materia de marcas.

El efecto de la acción, es imponer al competidor desleal el pago de los daños y perjuicios que comprenden el daño emergente y el lucro cesante. Este es el principal efecto que debe considerarse dentro del mercado porque el directo afectado es el propietario de la marca.

## **CAPITULO IV**

### **LA UTILIDAD DE LA COERCITIVIDAD SOBRE LA COMPETENCIA DESLEAL DE MARCAS REGISTRADAS EN OTRAS ENTIDADES EXTRANJERAS.**

La utilidad de la debida medida que toman otras entidades extranjeras como es el caso del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI, la Institución que protege la propiedad Intelectual en el Perú, la misma que tiene una Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal, logrando una utilidad extraordinaria ya que cuenta con medidas de prevención que se las realiza de oficio y que según los gráficos que se mostraran más adelante los datos de casos de Competencia desleal se han ido incrementando tomando en cuenta las gestiones de 2006 al 2011, con estos datos se comprueba que existe una necesidad de regular los actos de Competencia Desleal y como se demuestra en este país ha sido de gran utilidad.

Según la recolección de información realizada, INDECOPI es la única Institución que tiene definidas las medidas sobre actos de Competencia Desleal, pues gran parte de las Instituciones de Protección a la Propiedad Intelectual en Iberoamérica no regula los actos de Competencia Desleal al igual que en nuestro país.

### **3.1. COMPETENCIA DESLEAL EN SENAPI – BOLIVIA.**

En el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) no se considera dentro de su estructura institucional a la Competencia Desleal, es mas no se regulan actos de competencia desleal, considerando que dentro de sus atribuciones como lo establece el D.S. 28152 en su Art. 9 en su párrafo II, establece que: “La Dirección Jurídica actúa también como la instancia de sustanciación en todos los procesos por infracción y competencia desleal que se instauren por titulares de derechos”<sup>32</sup>. Sin embargo solo se regula procesos de infracción y no se regulan los actos de competencia desleal, dejando indefenso el derecho ya concedido, por que no se da la protección efectiva a la marca en el mercado en el que se desenvuelve.

---

<sup>32</sup> Decreto Supremo 28152.

### 3.2. COMPETENCIA DESLEAL EN INDECOPI – PERÚ.<sup>33</sup>

La Defensa de la Competencia en el **Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual** (INDECOPI), tiene el fin de dar una amplia protección a la Propiedad Intelectual mediante un Proceso de Fiscalización de la Competencia Desleal, que se divide de la de la siguiente manera:

#### **SERVICIOS:**

El cual consta de Precedentes obligatorios que tienen la función de emitir:

- Resoluciones.
- Informes Orales.

#### **ACCIONES DE PREVENCIÓN:**

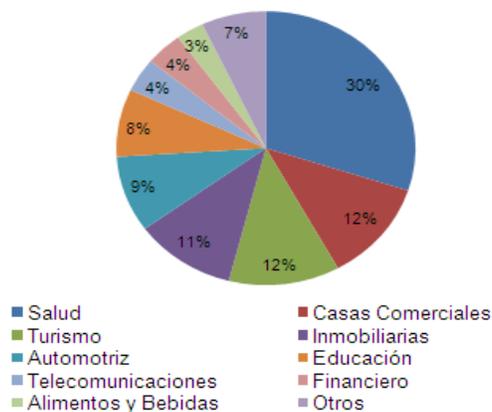
Son procedimientos iniciados de oficio por la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), como claramente se muestra en el gráfico siguiente, existe 598 procedimientos de oficio contra empresas de diferentes sectores económicos del Perú.



\* Al 30 de junio de 2011.

Fuente y elaboración: Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal del INDECOPI.

**PROCEDIMIENTOS INICIADOS DE OFICIO POR SECTORES ECONOMICOS  
2006 - 2011\***



\*Al 30 de junio de 2011.  
100% = 598 procedimientos de oficio, iniciados desde el año 2006 hasta el 30 de junio de 2011.

Fuente y elaboración: Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal del INDECOPI.<sup>34</sup>

Dentro de las acciones de prevención que realiza la Comisión de Fiscalización de Competencia Desleal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) se desenvuelve en las siguientes etapas:

- **Procedimiento.**

El procedimiento administrativo aplicable a una denuncia por la comisión de actos de competencia desleal se encuentra regulado por el Decreto Legislativo N° 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal. Al respecto cabe señalar lo siguiente:

---

<sup>34</sup> Principales sectores económicos monitoreados: En el presente gráfico se muestran los sectores económicos principalmente monitoreados por el Área de Prevención de la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, desde el año 2006 hasta el 30 de junio de 2011.

- Una vez presentada la denuncia de parte y con anterioridad a la admisión a trámite de la misma, la Secretaría Técnica de la Comisión podrá realizar, hasta por un máximo de treinta (30) días hábiles, actuaciones previas con el fin de reunir información o identificar indicios razonables de la existencia de actos de competencia desleal.
- El plazo para efectuar los descargos es de diez (10) días hábiles.
- Luego de vencido el plazo para la presentación de los descargos, se inicia el período de prueba, en el cual se realiza la actuación de los medios probatorios pertinentes para la resolución del procedimiento. Este período de prueba no será menor de treinta (30) días hábiles y no podrá exceder los cien (100) días hábiles.
- Culminado el período de prueba, se notifica a las partes que el expediente ha sido puesto a disposición de la Comisión para que emita un pronunciamiento sobre los hechos denunciados.

- **Requisitos**

Los requisitos para presentar una denuncia ante la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal de acuerdo al Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), son los siguientes:

- La denuncia, consignando los datos de identificación, RUC o DNI, y domicilio del denunciante. De ser el caso, los poderes y los documentos que acrediten la existencia de la persona jurídica.
- La descripción y tipificación de la presunta infracción.
- El nombre y domicilio del imputado.
- Los medios probatorios en los que sustenta la denuncia.

- Medidas cautelares solicitadas, de ser el caso.
- Copia de la denuncia y recaudos según el número de imputados.

La presentación de la tasa administrativa de denuncia y, en caso de solicitarlo, la tasa de medidas cautelares y visitas inspectivas.

- **Tasas.**

Son los tributos que se deben efectuar por la tramitación de cada uno de los procedimientos que administra la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal. La tasa por denuncia equivale al 39.31% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente o a S/. 1,415.17 (nuevos soles) para el año 2010.

- **Denuncia por publicidad engañosa.**

En caso de que se produzcan actos de competencia desleal en la modalidad de engaño a través de publicidad, la tasa a pagar es del 3% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente, siempre que la denuncia sea presentada por consumidores o asociaciones representantes de estos. Para el año 2010, la tasa por denuncia para dicho supuesto asciende a S/. 108.00 (nuevos soles).

### **3.3. INSTITUCIONES DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN IBEROAMÉRICA.**

Las instituciones de Propiedad Intelectual en Iberoamérica, todas ellas no cuentan con una regulación especializada sobre casos de Competencia desleal en ningún ámbito de la propiedad industrial, exceptuando el **Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)** que si cuenta con una unidad especializada denominada “*En Defensa de la Competencia*”<sup>35</sup>, las demás

---

<sup>35</sup> <http://www.indecopi.gob.pe>.

Instituciones no cuentan con un control efectivo sobre la Competencia Desleal sobre Propiedad Intelectual sino a grandes rasgos de acuerdo a las legislaciones de cada país como en el caso de España que si cuenta con una regulación sobre Competencia Desleal en varios ámbitos, pero no específicamente en casos de Competencia Desleal sobre Propiedad Intelectual.

A continuación se presenta las principales instituciones relacionadas con la Propiedad Intelectual de los países iberoamericanos son:

- **APCI**, Asociación Colombiana de Propiedad Intelectual
  - **ASIPI**, Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual.
  - Centro Nacional de Registros de la República de El Salvador
  - **COAPI**, Colegio Oficial de Agentes de Propiedad Industrial de España
  - Dirección General de Propiedad Intelectual de Paraguay
  - Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Chile
  - **IEPI**, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
  - **IMPI**, Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual.
  - **INAPI**, Instituto Nacional de Propiedad Intelectual de Chile
  - **INPI**, Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de la República de Argentina
  - **INPI**, Instituto Nacional de la Propiedad Industrial Brasileño
  - **INPI**, Instituto Nacional de la Propiedad Industrial de Portugal
  - **INDECOPI**, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
  - **MERCOSUR**. Alianza de Argentina, Brasil Paraguay, Uruguay y Venezuela.
  - **OCPI**, Oficina Cubana de Propiedad Intelectual
  - **OEPM**, Oficina Española de Patentes y Marcas
-

- **ONAPI**, Oficina Nacional de Propiedad Intelectual de República Dominicana
- Registro de la Propiedad Intelectual de Guatemala
- Registro Nacional de Costa Rica
- **SAPI**, Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual del Gobierno de Venezuela
- **SENAPI**, Servicio Nacional de la Propiedad Intelectual Bolivia
- Sistema en Línea de Propiedad Industrial de Panamá.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> <http://www.ovtt.org/patentes/instituciones-de-propiedad-intelectual-en-iberoamerica>

## **CAPITULO V**

**LA INTERVENCIÓN DEL SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL (SENAPI) COMO ENTE COERCITIVO EN CASOS DE COMPETENCIA DESLEAL SOBRE MARCAS PARA QUE COADYUVE A LA PROTECCIÓN EFECTIVA DEL REGISTRO DE MARCAS Y COMO HERRAMIENTA PARA EL COMERCIO A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.**

El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual es una institución pública desconcentrada que depende del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, con competencia de alcance nacional, tiene autonomía de gestión administrativa, legal y técnica; con la misión de administrar en forma desconcentrada e integral el régimen de la Propiedad Intelectual en todos sus componentes, mediante una estricta observancia de los regímenes legales de la Propiedad Intelectual, de la vigilancia de su cumplimiento y de una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y derechos conexos, constituyéndose en la oficina nacional competente respecto de los tratados internacionales y acuerdos regionales suscritos y adheridos por el país, así como de las normas y regímenes comunes que en materia de Propiedad Intelectual se han adoptado en el marco del proceso andino de integración.

Creada el 16 de septiembre de 1997 en el marco de la Ley 1788, como un órgano desconcentrado, encargado de administrar el régimen de la Propiedad Intelectual en Bolivia. Por consiguiente el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual tiene como Misión el de "Administrar en forma desconcentrada e integral el régimen de la Propiedad Intelectual en todos sus componentes, mediante una estricta observancia de los regímenes legales de la Propiedad Intelectual, de la vigilancia de su cumplimiento y de una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y derechos conexos; constituyéndose en la oficina nacional competente respecto de los tratados internacionales y acuerdos regionales suscritos y adheridos por el país, así como de las normas y regímenes comunes que en materia de Propiedad Intelectual se han adoptado en el marco del proceso andino de integración." 37

---

37 Decretos Supremo 28152, Capítulo II, Artículo 3. Ver en Anexos Norma 1.

Dicho de otra manera para su mejor entendimiento la autoridad competente en Bolivia para conceder el registro de propiedad intelectual es el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), encargada del registro de Marcas (signos distintivos), patentes de invención tecnológica, Denominaciones de origen dentro de la categoría de Propiedad Industrial y también se registran dentro de la categoría de los Derechos de autor y derechos Conexos ala Derecho de Autor: obras literarias como novelas, poemas, obras de teatro, películas, tesis, textos educativos, obras artísticas como dibujos, pinturas. Fotografías, esculturas, diseños arquitectónicos etc. Dentro de los derechos conexos al derecho de autor incluyen los derechos de artistas intérpretes, productores de fonogramas, ediciones, traducciones, etc.

Mediante el reglamento interno con que cuenta el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) tiene como principal objetivo “establecer un marco normativo reglamentario en los procesos de registro de Marcas signos distintivos, patente de invención, modelo de utilidad, esquema de trazado de circuitos integrados, diseño industrial, así como de acciones de observancia por infracción o competencia desleal, todo ello en concordancia al Procedimiento Administrativo Ley 2341 y su Reglamento Decreto Supremo 27113 y aplicación a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina”<sup>38</sup>.

#### **4.1. CREACIÓN DE UNA UNIDAD ESPECIALIZADA EN CASOS DE COMPETENCIA DESLEAL.**

La creación de una unidad especializada en actos de Competencia Desleal, dentro del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), tomando en cuenta la entrevista realizada al “Director de Propiedad Industrial”<sup>39</sup>, deberá contar con la siguiente conformación de recursos humanos:

---

<sup>38</sup> [www.senapi.gob.bo/snpDownload/MarcoLegalVigente/Reglamento\\_Interno.pdf](http://www.senapi.gob.bo/snpDownload/MarcoLegalVigente/Reglamento_Interno.pdf)

<sup>39</sup> Ver en Anexos 1, Entrevista al Director de Propiedad Industrial.

**Máxima Autoridad** → Dirección General Ejecutiva.

- Responsable de Unidad de Competencia Desleal.
- Cuatro Profesionales, que deberán contar con especialización en materia Comercial.

Para que esta unidad funcione de la mejor forma posible deberá ser capacitada en materia de Competencia Desleal dentro de la categoría de Propiedad Industrial, específicamente sobre Marcas; debido a la existencia de una gran cantidad de solicitudes de registro y de marcas ya concedidas que deben ser protegidas de manera efectiva, cumpliendo de esta manera la visión del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual como un “Instituto Técnico Especializado, eficaz, eficiente y transparente en la Propiedad Intelectual Integral”.<sup>40</sup>

#### **4.2 INCORPORAR EN EL REGLAMENTO INTERNO LOS LÍMITES LEGALES.**

Para la incorporación de Límites Legales deberá determinarse inicialmente lo que se entiende por Derecho Sancionador, que tiene como finalidad mantener el orden del sistema y reprimir por medios coactivos, aquellas conductas contrarias a las políticas del ente estatal. Un sector de la doctrina define el poder sancionador dado a la Administración como aquel en virtud del cual *“pueden imponerse sanciones a quienes incurran en la inobservancia de las acciones u omisiones que le son impuestas por el ordenamiento normativo administrativo, o el que sea aplicable por la Administración Pública en cada caso”*<sup>41</sup>

El procedimiento administrativo sancionador es por completo escrito, es decir que todos los actos administrativos se encuentran emitidas en documentos, lo cual hace necesario la conformación de un expediente dentro del Servicio

---

40 [www.senapi.gob.bo](http://www.senapi.gob.bo)

41 ESCOLA, Héctor. *Compendio de Derecho Administrativo*. Tomo I. Buenos Aires, Argentina: Editorial Desalma. 1984, pág. 207.

nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), donde se constaten todas las actuaciones realizadas tanto por la Administración como por el sujeto investigado y mediante el cual se pueda comprobar la existencia o no del hecho atribuido, a fin de determinar la responsabilidad correspondiente ante actos de Competencia Desleal. Por lo cual, es necesario que para la existencia de una protección efectiva del derecho ya concedido se realice la coordinación con otras instituciones que puedan efectivizar o ejecutar esos actos administrativos.

Por su parte, para sancionar o poner límites legales a actos desleales en materia de marcas, se deberá tomar en cuenta la tipicidad que se refiere aquella exigencia hecha por la Administración para que de manera previa a la conducta reprochada, se establezcan las infracciones en las que puede incurrir un sujeto, así como las correspondientes sanciones que le podrían ser aplicadas en caso de comprobarse actos de competencia Desleal sobre marcas, todo lo cual viene a garantizar el principio de seguridad jurídica.

Para iniciar esa limitación legal, se deberá modificar el **Reglamento de Procedimiento Interno de Propiedad Industrial y Observancia del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI)**, incorporando “*DE LAS ACCIONES POR ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL*”, como un Capítulo independiente que deberá ir después de Infracciones como Capítulo V o incorporar las *ACCIONES POR ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL* en el Capítulo de Infracciones.

Como ejemplo de incorporación de las acciones de actos de Competencia desleal como Procedimiento, se tomara en cuenta los siguientes Artículos:

→ **ARTÍCULO 69. (SOLICITUD DE OBSERVANCIA POR INFRACCIÓN DE DERECHO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL).**

Toda solicitud de observancia por infracción de derecho y/o **COMPETENCIA DESLEAL**, deberá ser presentada en la Dirección Jurídica del SENAPI para su sustanciación y, seguirá el procedimiento estipulado en el Título XV, capítulo I y II de la Decisión 486 de la CAN. Así mismo, deberá cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 56 del presente Reglamento, en todo lo que fuere pertinente, además de señalar si el signo infractor tiene solicitud de registro.

- ***Procedimiento.***

Respecto al procedimiento de procesos de competencia desleal se tomara en cuenta el mismo Procedimiento para Infracciones, tomando en cuenta los siguientes Artículos:

→ **ARTÍCULO 70. (RECHAZO DE LA DEMANDA)**

Las Demandas de infracción, **COMPETENCIA DESLEAL** y/o violación de los Derechos de Propiedad Industrial serán rechazadas en los siguientes casos:

1. Cuando el demandante no sea titular del derecho que invoca.
2. Cuando la marca denunciada supuestamente infractora, tenga una solicitud de registro previa a la demanda de infracción.
3. No tenga el registro correspondiente o no haya realizado la solicitud respectiva
4. Extinción del derecho
5. Por prescripción

### → ARTÍCULO 71. (AMPLIACIÓN O MODIFICACIÓN DE LA DEMANDA)

La parte demandante podrá ampliar o modificar su Demanda, únicamente hasta antes de la contestación a la misma.

### → ARTÍCULO 72. (ADMISIÓN DE LA DEMANDA)

I. Se admitirá la Demanda de infracción, **COMPETENCIA DESLEAL** y/o violación de los derechos de Propiedad Industrial cuando cumpla con los requisitos establecidos en el presente reglamento.

II. Una vez admitida la Demanda se correrá en traslado al demandado, ordenando su notificación en la forma prevista por el presente reglamento para que en el plazo de cinco días conteste a la Demanda, siempre y cuando el demandante no hubiera solicitado realizar una Inspección de Verificación conforme a lo establecido en el Art. 74 del presente reglamento.

### → ARTÍCULO 73. (INSPECCIÓN DE VERIFICACIÓN)

En concordancia con lo establecido en el artículo 92 del Decreto Supremo 27113, la Inspección de Verificación a la supuesta Infracción y/o Violación de los derechos de Propiedad Industrial, podrá ser solicitada por el demandante al momento de presentar la demanda correspondiente.

Dada la naturaleza de esta actuación, ella no puede ser puesta en conocimiento previo del demandado, ya que se podría obstaculizar la verificación solicitada.

El demandante deberá solicitar por escrito día y hora para la inspección de verificación de la infracción y/o violación objeto de la demanda. Una vez presentada esta solicitud, el Director Jurídico del SENAPI, decretará día y hora para la inspección de verificación a la cual asistirá personalmente y en el caso que no le fuere posible asistir por alguna eventualidad, designará a una

persona del SENAPI, notificándose al demandado con la demanda en el mismo lugar, día y hora fijada para la inspección.

La inspección de verificación se efectuara en presencia de un Notario de Fe Pública del Distrito, funcionario que debe ser contratado por el demandante. Una vez realizada la inspección de verificación se deberá notificar a la parte demandada con el acta de la verificación realizada. Los honorarios del Notario de Fe Pública serán cubiertos por el solicitante de la inspección.

Cuando la inspección de verificación deba llevarse a cabo en la ciudad de La Paz, el solicitante de la inspección correrá con los gastos que demande esta actuación. Cuando la Inspección de Verificación deba llevarse a cabo en otra ciudad del país, los interesados correrán con todos los gastos que demande la Inspección.

#### → **ARTÍCULO 74. (EXCEPCIONES)**

En los procesos de infracción, **COMPETENCIA DESLEAL** y/o violación a los Derechos de Propiedad Industrial, se podrán plantear las siguientes excepciones:

1. Incapacidad o impersonería del demandante o demandado, o de sus representantes legales.
2. *Litis pendencia* administrativa y ordinaria (civil y penal).
3. Cosa Juzgada.
4. Conciliación
5. Extinción del derecho

6. Prescripción de la acción por infracción, conforme a lo establecido en el artículo 244 de la Decisión 486 de la CAN.

**→ARTÍCULO 75. (MODO DE PLANTEAR LAS EXCEPCIONES)**

Las excepciones deberán plantearse todas juntas dentro de cinco días desde la citación con la demanda y antes de la contestación.

Planteadas las excepciones mencionadas en el artículo precedente, se correrá en traslado al demandante para que conteste dentro de los cinco días que correrán a partir de la fecha de notificación.

**→ARTÍCULO 76. (CONTESTACIÓN)**

A partir de la notificación con la Demanda de Infracción, **COMPETENCIA DESLEAL** y/o violación de los derechos de Propiedad Industrial, la parte demandada tendrá un plazo máximo de cinco días para contestar la demanda, excepto cuando el domicilio legal del demandado se encuentre en el interior del país. En este sentido el demandado tendrá un plazo adicional por plazo de distancia, de cinco días más.

**→ARTÍCULO 77. (APERTURA DE TÉRMINO DE PRUEBA)**

I. Una vez finalizado el plazo para contestar la demanda con o sin ella, se decretará la apertura del término de prueba de quince días, comunes a las partes, contados a partir del día siguiente a la notificación con el decreto correspondiente.

II, La autoridad podrá rechazar las pruebas que a su juicio sean manifiestamente improcedentes o innecesarias; las pruebas serán valoradas de acuerdo al principio de la sana crítica.

**→ARTÍCULO 78. (ALEGATOS)**

Producida la prueba o vencido el plazo para su producción, la administración decretará la clausura del periodo probatorio y si lo considera necesario, por la

complejidad de los hechos y las pruebas producidas, otorgará un plazo de cinco días a las partes para presentar sus alegatos.

**→ARTÍCULO 79. (FORMAS DE CONCLUSIÓN DEL PROCESO)**

I. El proceso de Infracción y/o violación a los Derechos de Propiedad Industrial concluirá por medio de una Resolución administrativa dictada por el Director Jurídico, sin perjuicio de los recursos ulteriores.

II. También pondrán fin al proceso de Infracción y/o **COMPETENCIA DESLEAL**, el retiro de la demanda, el desistimiento, la extinción del derecho, la conciliación y el arbitraje, siempre y cuando este último haya sido homologado por autoridad judicial competente.

**ARTÍCULO 80. (RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA)**

Acumulados los elementos probatorios, la Dirección Jurídica, emitirá Resolución Administrativa que declare Probada o Improbada la Demanda.

Si se ha producido una Infracción, **COMPETENCIA DESLEAL** y/o violación a un Derecho de Propiedad Industrial, el Director Jurídico establecerá una sanción administrativa, sin perjuicio de que la parte interesada pueda recurrir a la vía jurisdiccional para el reclamo de daños y perjuicios.

De no evidenciarse los extremos de la Demanda se declarará Improbada la Demanda y el archivo de obrados.

**→ARTÍCULO 81. (LAS SANCIONES)**

Las Resoluciones dictadas por la autoridad una vez ejecutoriadas, adquirirán fuerza de título ejecutivo y el SENAPI podrá solicitar a los órganos competentes en cada caso, la ejecución de las sanciones de forma forzosa para el retiro o incautación de productos.

**ARTÍCULO 82. (CONCILIACIÓN EN LOS PROCESOS DE INFRACCIÓN y/o COMPETENCIA DESLEAL DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL)**

La parte interesada de una denuncia de infracción de derecho de Propiedad Industrial podrá solicitar, en cualquier momento del proceso hasta antes que se dicten autos para resolución, que se lleve a cabo una audiencia de conciliación en las oficinas de la Dirección Jurídica del SENAPI.

El Director Jurídico, decretará día y hora para llevarse a cabo la audiencia de conciliación, que deberá ser notificada a las partes intervinientes en el proceso.

La audiencia de conciliación es pública y deberá ser presidida por el Director Jurídico, como secretario el Asesor Legal Técnico, la parte demandante y la parte demandada.

En caso de que asista a la audiencia de conciliación un representante legal, de cualquiera de las partes, deberá presentar poder especial que le faculte conciliar en un proceso de infracción y/o violación de los derechos de Propiedad Industrial, a nombre de su poderdante.

Una vez finalizada la audiencia de conciliación, se deberá elaborar en el plazo de 48 horas, el Acta de Conciliación que contendrá todo lo actuado durante la misma, la cual debe ser arrimada al proceso.

Las partes intervinientes en la audiencia de conciliación, deberán aproximarse al Director Jurídico, sin previa notificación a firmar el acta de conciliación, antes de la finalización del término establecido en el párrafo precedente.

Se deberá elaborar el informe señalando el cumplimiento o no de la firma del Acta de Conciliación de las partes intervinientes, informe que deberá ser adjuntado al proceso.

En caso de inasistencia a la audiencia de conciliación por la parte demandante o demandada o de ambos, se emitirá un informe al respecto que será adjuntado al proceso, pudiendo las partes volver a solicitar por única segunda vez nuevo día y hora para la audiencia de conciliación.

**→ARTÍCULO 84. (Medidas Cautelares Por Infracción Y/O COMPETENCIA DESLEAL)**

Quien inicie o vaya iniciar una acción por Infracción podrá pedir al Director Jurídico que ordene medidas cautelares inmediatas con el objeto de impedir la comisión de la Infracción, obtener o conservar pruebas y asegurar la efectividad de la acción, conforme a lo dispuesto en el Título XV, Capítulo II de la Decisión 486 de la CAN.”<sup>42</sup>

Como se puede evidenciar el Art. 81 mencionado anteriormente, es el que pone los límites legales, y que nos permite incorporar a los actos de Competencia Desleal. Por consiguiente, se puede evidenciar que aun no se ha incursionado en el campo de la Competencia Desleal dentro del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI).

**4.2.1. INCAUTACIÓN DE PRODUCTOS.**

“La incautación de productos se deberá realizarse a petición de parte, ya que el interés del principal del afectado es el pago de daños y perjuicios”.<sup>43</sup>

Sin embargo se podría realizar de Oficio, con la coordinación de otras

---

<sup>42</sup> Reglamento De Procedimiento Interno De Propiedad Industrial Y Observancia Del Servicio Nacional De Propiedad Intelectual (SENAPI) → [Http://Www.senapi.gob.bo/snpmarcolegalvigente.Asp](http://www.senapi.gob.bo/snpmarcolegalvigente.Asp).

<sup>43</sup> Ver Anexo 1, Entrevista al Director de Propiedad Industrial.

entidades como se detalla más adelante, con el fin de darle funcionalidad a la nueva unidad de Competencia Desleal.

### **4.3. ENTIDADES QUE HAGAN EFECTIVO EL DERECHO DE PROTECCIÓN A LA MARCA REGISTRADA.**

#### **4.3.2. EL ENTE POLICIAL.**

La cooperación de la policía se la utilizará en casos extraordinarios en los que fuera necesario sus servicios, tomando en cuenta que dentro de atribuciones establecidas en la “Ley Orgánica Policial, en el Art. 7, en su incisos:

A) Preservar los derechos y garantías fundamentales, reconocidos a las personas por la Constitución Política del Estado.

W) Tomar las precauciones y medidas necesarias para la eficiente labor policial, cumpliendo otras funciones que no estuviesen previstas en las precedentes”.<sup>44</sup>

Establecido en la Ley Orgánica Policial debe preservar derechos y garantías fundamentales, dentro de los cuales se encuentran los derechos de propiedad Intelectual, establecida en la “Nueva Constitución Política del Estado, en el Art. 100 párrafo II: El Estado protegerá los saberes y los conocimientos mediante el registro de la propiedad intelectual que salvaguarde los derechos intangibles de las naciones y pueblos indígena originario campesinas y las comunidades interculturales y afrobolivianas”.

Y el Art. 102: El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual, individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores, artistas,

---

<sup>44</sup> LEY ORGÁNICA DE LA POLICÍA NACIONAL, Ley No. 734 de 8 de abril de 1985.

compositores, inventores y científicos, en las condiciones que determine la ley.”<sup>45</sup>

Si bien no se encuentra previsto específicamente, el inciso W) permite que se pueda coordinar la labor de la policía nacional para que coadyuve a efectivizar el cumplimiento de Resoluciones Administrativas que emita el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) en casos que la institución lo requiera, caso contrario se podría firmar un convenio Interinstitucional con la Policía Nacional para exista un trabajo coordinado, como “indicó el Director de Propiedad Industrial, en la entrevista realizada”.<sup>46</sup>

#### **4.3.3. LA INTENDENCIA.**

El trabajo coordinado con la Intendencia Municipal de La Paz, sería de gran importancia para que el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) logre pronunciarse de oficio ante Actos de Competencia Desleal, dentro de sus principales funciones es la verificación en centros de venta como ser; supermercados, híper mercados y súper market`s de toda la ciudad de La Paz, con el fin de controlar los productos en cuanto a Registro Sanitario, fecha de vencimiento y procedencia de productos importados, al cual se incluiría verificación de Marcas que se encuentren dentro de los actos de Competencia Desleal. Todo este arduo trabajo se realizaría con una capacitación a los funcionarios de la Intendencia, para que los mismos puedan tener conocimiento de los actos de competencia desleal respecto a su identificación en el mercado.

---

<sup>45</sup> GACETA OFICIAL DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Constitución Política del Estado.

<sup>46</sup> Anexo 1, Entrevista al Director de Propiedad Industrial.

Al cumplir este objetivo ambas Instituciones realizarían el control y vigilancia en defensa de los derechos del consumidor, quien se encuentra entre los directos afectados en casos de Competencia Desleal. 47

#### **4.3.4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

Los medios de comunicación, específicamente la publicidad que se constituye el instrumento predilecto de la competencia dentro del mercado. Los competidores se valen de la prensa, la radio, la televisión, circulares, avisos en la vía pública, de mil modos y maneras que sean aptos para atraer la atención sobre los productos que fabrica el industrial o vende el comerciante. Es decir, que casi todos los procedimientos que la lucha por el cliente ha imaginado se han puesto en práctica a través de la publicidad.

La publicidad también nos permite tomarla en cuenta como medio de difusión para fomentar los registros de marcas, como también para que la misma pueda denunciar en caso de existencia de publicidad engañosa y paralelamente se difunda a la población en general que actos son considerados desleales, permitiendo a los mismos consumidores y los directos interesados (empresarios y comerciantes) puedan de alguna manera coadyuvar en la protección de su derecho ya registrado.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

## 5.1. CONCLUSIONES CRÍTICAS.

Después de haber efectuado un análisis de la Competencia desleal sobre marcas dentro de la categoría de la Propiedad Intelectual en Bolivia, se tiene las siguientes conclusiones:

- En nuestro país se evidencia que ante la experiencia práctica se ha demostrado que hay muy pocas posibilidades de que se establezca una competencia justa dejando simplemente que interactúen las fuerzas del mercado y la falta de control ante actos desleales entre competidores que surgen en esas fuerzas del mercado, determinar la necesidad de intervención de la entidad competente en materia de Propiedad Industrial, que es el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) a quien le corresponde otorgar una protección efectiva a la marca ya registrada y para lograr esa protección efectiva se debe poner límites legales a los actos de Competencia Desleal, coadyuvando también en el progreso del Comercio y de la Industria Boliviana, resguardando la tranquilidad de los consumidores que se convierten en primeros afectados al igual que los empresarios. En efecto, las circunstancias de la vida cotidiana, llevan a que tengamos que pensar más profundamente en una forma novedosa de protección de la propiedad intelectual, llevándonos al ámbito internacional donde podemos encontrar formas de protección avanzadas y precisamente mejores y más efectivas que aquellas que podemos encontrar en el orden interno.
- La protección a la Propiedad Intelectual , permite fortalecer la economía de nuestro país, ya que al conceder protección a la propiedad Intelectual se fomenta los esfuerzos y las industrias basadas en esa labor pueden progresar pues las personas se dan cuenta de que ese trabajo implica una ganancia financiera logrando incrementar su capital con la seguridad de que no habrá un tercero que desestabilice su crecimiento

como empresario, he ahí la importancia de la protección efectiva del Derecho ya concedido.

## **5.2. RECOMENDACIONES.**

- Las recomendaciones se han enfocado principalmente, en que debemos en primer lugar elaborar una normativa que regule los actos de Competencia Desleal sobre marcas, dentro del ámbito de Propiedad Intelectual, que permita otorgar una protección efectiva al derecho ya otorgado poniendo límites legales enmarcados principalmente a nuestra realidad comercial boliviana, considerando el mejor aprovechamiento del Derecho ya concedido por parte del empresario y otorgando protección al consumidor.
- Por otro lado la protección de la marca registrada dentro del campo de la Competencia Desleal en nuestro país se encuentra totalmente desprotegida, por lo que es necesario utilizar todo tipo de herramientas como los medios de Comunicación que puedan concientizar e informar sobre estos actos desleales que la generalidad de la población desconoce, esto para mejorar nuestra industria y Comercio.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

### **a) BIBLIOGRAFÍA ESCRITA:**

- Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
- AMOR FERNÁNDEZ ANTONIO, La Propiedad Industrial en el Derecho Internacional, Ed. Nauta, Barcelona, 1965.
- BARONA VILAR, SILVIA, Competencia Desleal, 2da. Ed. Tirant Lo Blanch, Valencia, 1999.
- Convenios y Contratos de Bienes y Servicios, Dirección Jurídica del SENAPI, año 2010.
- Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial
- Decisión 486, Régimen común de Propiedad Industrial de la CAN.
- Decreto Supremo 28152.
- GACETA OFICIAL DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA, Constitución Política del Estado.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, FERNÁNDEZ COLLAO CARLOS, BAPTISTA LUCIO PILAR, Metodología de la Investigación, 2Ed. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA Editores, S.A. de C. V.
- Ley de Competencia Desleal.
- LEY ORGÁNICA DE LA POLICÍA NACIONAL, Ley No. 734 de 8 de abril de 1985.
- NAZAR ESPECHE, FELIX A., Defensa de la Competencia, Ed. Depalma, Argentina, Buenos Aires, 2001.
- OMPI, Manual de Análisis de Registrabilidad de Organización Mundial de Propiedad Intelectual.
- OSORIO MANUEL, Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, Editorial Heliasta, 2007.
- OTAMENDI JORGE, Derecho de Marcas, Argentina Buenos Aires, Ed. Abeledo Perrot, 1995.

- RAMOS MAMANI JUAN, KJARI NINA JULIO, ESPINOZA CASABLANCA NORMAN, Memoria Institucional “Carrera de Derecho”, 2005-2007.
- Reglamento De Procedimiento Interno De Propiedad Industrial Y Observancia Del Servicio Nacional De Propiedad Intelectual (SENAPI).

**b) BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL:**

- ALFARO MENDIVES KAREN LIZETH, Aspectos Metodológicos: Tipos de Investigación, Universidad Nacional Mayor De San Marcos Facultad De Letras y Ciencias Humanas E.A.P. Bibliotecología, [http://www.4shared.com/get/oXWpcthV/\\_2\\_TIPOS\\_Y\\_METODOS\\_DE\\_INVESTI.html](http://www.4shared.com/get/oXWpcthV/_2_TIPOS_Y_METODOS_DE_INVESTI.html).
- VARGAS LÓPEZ KAREN, Principios Del Procedimiento Administrativo Sancionador, información encontrada en la página web. <http://www.binasss.sa.cr/revistas/rjss/juridica14/art4.pdf>.
- Expertos en Propiedad Industrial e Intelectual → <http://oficinaponti.com/index>
- [www.iered.org](http://www.iered.org)- Colombia-
- <http://www.diccionario.info/coercitivo>.
- <http://definicion.de/comercio/>.
- [www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal](http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal).
- <http://definicion.de/usuario/>.
- [http://www.senapi.gob.bo/snpDownload/MarcoLegalVigente/DS\\_28152.pdf](http://www.senapi.gob.bo/snpDownload/MarcoLegalVigente/DS_28152.pdf).
- <http://www.senapi.gob.bo>.
- <http://www.indecopi.gob.pe>.
- <http://www.ovtt.org/patentes/instituciones-de-propiedad-intelectual-en-iberoamerica>

# **ANEXOS**

# ÍNDICE DE CUADROS.

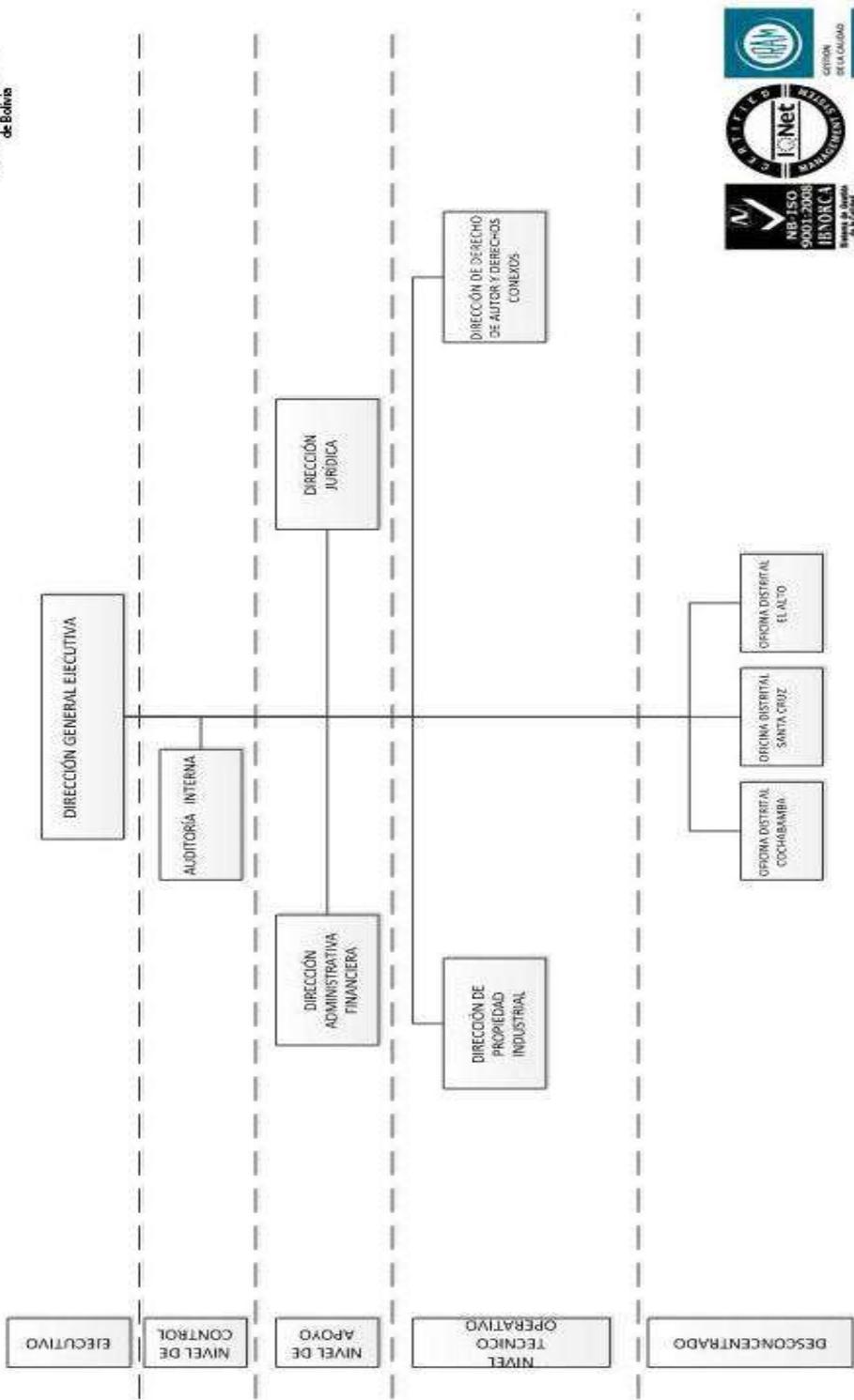


**Evo Morales Ayma**  
 Presidente Constitucional  
 del Estado Plurinacional  
 de Bolivia

## ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

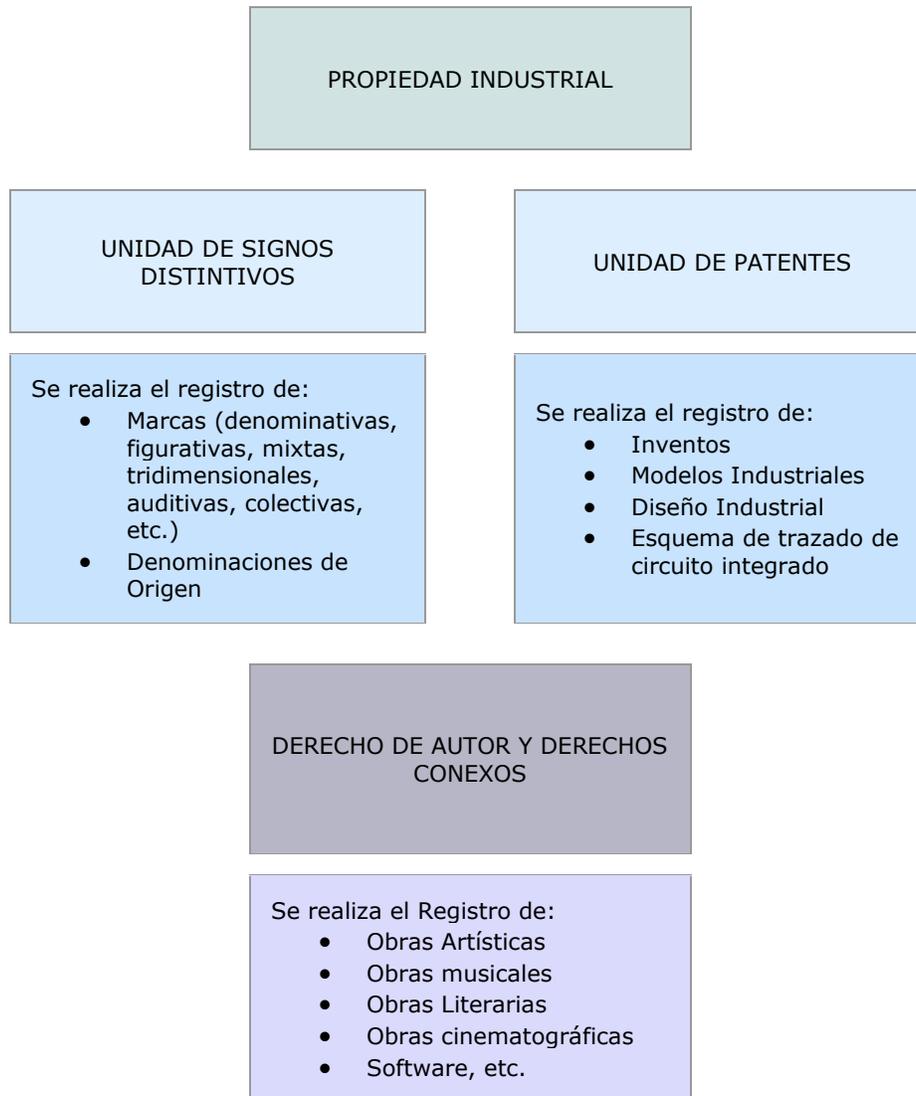


**SENAPI**  
 Servicio Nacional de Propiedad Intelectual



## PROPIEDAD INTELECTUAL

La Propiedad Intelectual es un campo muy amplio y complejo que se divide en dos grandes áreas:



Cada área trabaja con un enfoque orientado a la protección, exclusividad y registro cumpliendo la normativa legal vigente en el país, además de los acuerdos internacionales de los que Bolivia forma parte en la aplicación de los mismos.

## DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

El Derecho de Autor es un conjunto de normas que regulan los derechos que la ley concede a los creadores de una obra artística, sea esta de carácter musical, literario, cinematográfico o computacional y otorga a las personas naturales o jurídicas que deseen registrar sus obras, toda la protección y los derechos de uso para que ésta no sea plagiada ni utilizada de forma errónea por terceras personas, protegiendo al autor contra la Piratería, recibiendo una retribución por su trabajo a través del reconocimiento y una justa contrapartida económica.

El Derecho de Autor y los  
Derechos Conexos registran

- Obras Literarias
- Obras Musicales
- Obras cinematográficas
- Obras Artísticas

- Proyectos
- Software
- Esculturas
- Pinturas, etc.

## **ANEXOS O APÉNDICES.**

### **ENTREVISTA (ANEXO 1.)**

**Fecha: 29 de Noviembre de 2011.**

**Entrevista realizada al DR. Jorge Andrés Daza G. Director de Propiedad Industrial del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI).**

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Mi tema es “*La Necesidad De La Intervención Del Servicio Nacional De Propiedad Intelectual (SENAPI) Como Un Ente Coercitivo En Casos De Competencia Desleal Sobre Marcas*”

La primera pregunta es → ¿Existe una unidad que sustancie trámites de Competencia Desleal en su Institución?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

No.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿Según los años de experiencia que adquirió en el ámbito de propiedad intelectual, dentro del SENAPI, considera que existe la necesidad de una unidad especializada en casos de competencia desleal sobre marcas?.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

Si, aparte de Infracciones un área específica como un área de Competencia Desleal.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Dentro de lo que es la Dirección Jurídica a parte de Infracciones no se lleva Competencia Desleal.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

No se lleva competencia desleal, son dos áreas totalmente distintas Infracciones y Competencia Desleal, no se lleva competencia desleal.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿No cree que poner límites legales a actos de competencia desleal son parte de dar una protección efectiva al derecho ya otorgado por la institución?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

Justamente por eso, sería ideal tener una unidad de Competencia Desleal que solo vea los temas específicos diferentes a una acción de Infracción, Competencia Desleal va mas allá de las causales que te da la 486 y que te da el Código de Comercio, igual te da las normas ADPIC, es el acuerdo básico, es la norma básica para cuestión de normativa de Propiedad Intelectual es el acuerdo comercial sobre propiedad intelectual sería bueno que los veas, te da los parámetros generales y la 486 los ha recogido.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿Por qué la Institución no le da el carácter de importante a los actos de competencia desleal en materia de marcas, cuando existen bastantes casos que se encuentran sin la debida regulación, no cree que esto atenta contra los que tienen ya un derecho concedido?

Porque no se ha dado, porque incluso estado viendo dentro de la normativa legal que tiene el SENAPI, en el DS. 28152 (DS. 27938) → En su Art. 9 Indica que la dirección jurídica debe hacerse cargo los procesos de infracción y de Competencia desleal pero no toma en cuenta los casos de competencia desleal.

*“Art. 9.- Referente a la Dirección Jurídica, en su Parágrafo II. La Dirección Jurídica actúa también como la instancia de sustanciación en todos los procesos por infracción y competencia desleal que se instauren por titulares de derechos.”*

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

Primero, porque nunca he visto una demanda, una acción y una demanda formal sobre eso.

Segundo, porque nunca he visto gente capacitada para determinar si hay una competencia desleal, entonces la Dirección Jurídica y como todo el SENAPI siempre ha ido cambiando de personal sin una especialización.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Entonces no ha habido capacitación en este ámbito.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán.*

No habido una capacitación tampoco en infracciones y casi nada en competencia desleal.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Tal vez no cree que sea, también un problema de que los propietarios de marcas no tengan la información suficiente como para denunciar esos actos, porque no solo es parte de ellos, aquí entran tres personas perjudicadas, tres partes, una trilogía, que sería el empresario en la parte privada, los consumidores que también podrían verse afectados y la Institución Pública que debería ser de su interés regular esto.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Sería ideal, el problema como te digo ni los abogados marcarios, ni las personas jurídicas o naturales que tienen su registro acá en el SENAPI

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

No tienen conocimiento?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

No sé si tengan conocimiento sino que creen que SENAPI podría ser una Institución tan efectiva como acabar con la Competencia Desleal, como es el caso de Infracciones, el caso de Infracciones lo ven un ámbito muy débil que no tiene la parte coercitiva, simplemente sacas una resolución Administrativa donde dices que no pueda hacer esto o el otro, no tienes con que ejecutarlo, sale la resolución pero no tiene con que ejecutarlo, si dispones que se quiten todos los productos con esa marca que e4s trucha, SENAPI no tiene potestad para ir y recabar todo eso, tienen que coordinar siempre con otras instituciones que tampoco se animan.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Entre estas instituciones estaría el ente policial?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

En competencia desleal podría entrar la institución policial, pero hay una entidad que está en el viceministerio de comercio interno y exportaciones que es la dirección general de defensa del consumidor, ahí también podría entrar el ámbito de competencia desleal, todavía no está determinado, regulado, en SENAPI está en el nombre acá pero en los hechos no hay eso. Sería lo ideal apartar infracciones tanto como competencia desleal a una dirección específica y sacarla de dirección jurídica, sería más técnico.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

En realidad sería crearla, si no existe en jurídica, sería crear una nueva unidad.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Sería un área tanto podría ser de infracciones de observancia y de competencia desleal, sería ideal en el ámbito técnico sea fuera del área jurídica.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿El servicio nacional de propiedad intelectual SENAPI cuenta con los recursos económicos necesarios para la creación de una unidad especializada para el control de casos de competencia desleal?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Por lo que tengo entendido hay bastante plata como para crear una nueva unidad con unos cuatro o cinco funcionarios, los ingresos son bastantes, eso te podría aclarar mas la parte administrativa. Incluso tienen que ser profesionales los que ingresar en esa área, no pueden ser técnicos egresados, un profesional acá gana de cinco mil para arriba, ponle cuatro funcionarios ya tienes veinte mil se tiene que ver el presupuesto y aparte no si quieres crear un director técnico de esa área de observancia.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Serian cuatro profesionales y podría ser un responsable?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Un responsable del Área y tres profesionales y uno que baya en el ámbito de infracciones como apoyo.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Y quien estaría por encima del responsable?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Yo creo que la dirección General Ejecutiva.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

No Propiedad Industrial?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

No, yo lo quitaría de propiedad Industrial por el momento.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿Cree que en casos extremadamente necesarios se deba requerir la intervención de la entidad policial? Porque la entidad policial nos puede ayudar ejecutar, pero estaba viendo y buscando información y veo que es un poco difícil darle esas facultades a la policía de una institución específicamente no existe la normativa de que establezca que SENAPI debe requerir el apoyo de la policía, tiene que venir del ministerio de gobierno por ejemplo para que se pueda dar esa facultad para que ustedes puedan coordinar el trabajo con ellos.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Se puede hacer un convenio con la policía Interinstitucional, igual como tenemos con la aduana para el caso de infracciones es una coordinación con ellos para que hagan la medida en frontera. Igual hay que capacitar a la gente de la policía.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

¿Considera necesario la incautación de productos como medio de prueba para demostrar la Competencia desleal?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Había que ver el caso concreto, se da más eso en cuestión de infracciones que en competencia desleal, pero podría darse el caso de que el interesado solicite que se quite esos productos pero lo que más les conviene es la indemnización el pago de daños y perjuicios es lo que más buscan en casos de competencia desleal, pudiera ser el caso dependiendo de la gravedad.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

A pedido de parte tal vez.

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Siempre a pedido de parte, si nuestra normativa nos da las facultades para hacerlo de oficio pero habría que ver qué capacidad tiene el SENAPI.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Como última pregunta → Se podría Considerar como una herramienta a los Medios de Comunicación para fomentar el registro de marcas y para lealmente este nos sirva como parte denunciante en casos de publicidad engañosa como un acto de Competencia desleal. Podría servir como un instrumento como una herramienta o perjudica más bien el trabajo de esta unidad?

**Entrevistado:** *Dr. Jorge Andrés Daza Guzmán*

Desde el punto de vista de educación de concientización puede servir los medios de comunicación, ahora tienes que guiarlos a los medios de comunicación como quieres que hagan la parte de educación, la concientización, entonces SENAPI tendría que llevar la propuesta y ver qué temas tendrían que colocar los medios de comunicación.

**Entrevistadora:** *Angélica G. Miranda Antezana.*

Muchas gracias Dr.



## Nota de Prensa 1.

Publicado el: 11/03/2011

### Hasta febrero, SENAPI casi cuatruplica recaudación en relación al 2010

Durante los dos primeros meses del año, el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI) logró incrementar su recaudación en un 370% en relación al mismo período de tiempo del año anterior, informó el Director General Ejecutivo, Enrique Cors Ulloa.

[Comunicación y Transparencia](#)



En mi rol de director nacional del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, muchas veces me han consultado qué hacer o cuáles son las herramientas que existen contra quienes están comercializando productos falsificados o piratas. Esta pregunta, en apariencia simple, se enmarca dentro de un sistema compuesto por distintas normas y con participación de diversos actores, lo cual muchas veces dificulta el entendimiento que los usuarios puedan tener de este sistema.

Por esta razón, es que INAPI está organizando para el próximo 14 de abril un seminario denominado: "Protección de la Propiedad Intelectual en Chile: Avances y Desafíos", en el cual se espera que representantes del sector privado y público, especialistas e interesados en general, se reúnan para analizar distintos instrumentos que Chile posee para proteger y promocionar estos derechos.

El evento contará con la participación de actores clave en este marco de protección, como por ejemplo, el Ministerio Público, El Ministerio del Interior, Policía de Investigaciones y el Servicio Nacional de Aduanas.

La oportunidad también servirá para presentar un sitio web de carácter educativo que intenta recoger estas temáticas, actualmente dispersas en distintos sitios, con el fin de que todos quienes utilizan o comienzan a utilizar el sistema de propiedad intelectual cuenten con información básica sobre temas tales como; qué derechos se protegen en Chile, cómo protegerlos, dónde acudir en caso de que se vean infringidos, qué penas existen respecto a estos posibles ilícitos, etc.

Esta invitación que realiza INAPI se enmarca dentro de su función de promover las ventajas y protección que brinda la Propiedad Industrial, como parte de la gran familia

de la Propiedad Intelectual. Porque creemos que no es suficiente saber cómo registrar, sino que tiene igual importancia conocer las herramientas para que este derecho se cumpla.



## Nota de Prensa 2.

# Competencia desleal, presentación de los productos y protección del consumidor

- Por JUAN RAMÓN HIDALGO MOYA

Las normas que, en la actualidad, regulan la competencia desleal no amparan exclusivamente los intereses privados de los empresarios frente a aquellos que no respetan las "reglas del juego" sino también los intereses colectivos del consumo.

- La participación más activa del consumidor en las relaciones comerciales ha determinado una nueva regulación legal de la competencia como *instrumento de ordenación y control de las conductas en el mercado*. La posibilidad de ejercer acciones judiciales derivadas de la presente normativa, ya sea a título individual como colectivo, ha reforzado la posición del consumidor como parte más débil de la relación mercantil.

### **NO a los actos de confusión**

Los actos de publicidad, de presentación o de promoción de productos variados que perjudiquen o lesionen de forma grave la libre elección del consumidor están prohibidos. Se consideran desleales, entre otros, aquellos que generan o puedan generar confusión.

La normativa prohíbe todos aquellos actos que confundan o puedan confundir al consumidor en su elección de diferentes productos, actividades o establecimientos mediante la utilización de marcas, nombres comerciales o rótulos, respectivamente.

La posibilidad o el riesgo de que se pueda producir una asociación, por parte del consumidor, respecto a la procedencia de diferentes productos, es suficiente para fundamentar la deslealtad. La valoración de los actos confusos es compleja y ha de tener en cuenta ciertos elementos como son la similitud y el grado de implantación de los signos o elementos objeto de la polémica y la atención que presta el consumidor medio al signo imitado.

### **Competencia desleal y presentación del producto**

Los Tribunales se han ocupado de casos de competencia desleal en múltiples ocasiones y, entre otros, en este artículo citaremos el que enfrentó a dos conocidas empresas de embutidos de nuestro país. El citado caso se inició en 1997 con la presentación de una demanda civil ante el Juzgado de 1ª Instancia de Totana (Murcia), en ejercicio de la acción declarativa de la deslealtad de la publicidad realizada por la sociedad demandada en lo que se refería a la utilización de las etiquetas y envolturas de la pata de los jamones, de los salchichones y chorizos, por su semejanza e imitación de los empleados por la demandante, así como de la acción de cesación y prohibición de los actos desleales al objeto de evitar que la sociedad demandada pueda continuar utilizando las etiquetas y envolturas referidas que resultan lesivas para los intereses y la posición económica de la demandante.

El Juzgado dictó sentencia desestimatoria de la demanda, por cuanto consideraba que no se observaba, en ningún momento, infracción a lo establecido en la Ley de Competencia Desleal, respecto a actos de confusión, *dado que de los propios documentos acompañados por una y otra parte litigante, en concreto, envoltorios de los productos de que se trata y fotografías de los mismos, a simple vista, puede apreciarse que la composición de su conjunto, en cuanto a cromatismo, dibujo, tipografía de letras, e incluso tamaño de alguno de dichos productos, difiere notoriamente, por lo que ningún tipo de confusión puede producir en el consumidor medio, acostumbrado por otra parte, por sus gustos personales, a diferenciar un producto de otro mediante la marca comercial del mismo, buscando precisamente, en el producto de que se trate, la inscripción de dicha marca. Siendo así que, en el presente caso, es bien visible en los productos de actora y demandada la marca comercial que los ampara, sin posibilidad de inducción a dudas o confusión, con independencia de las características del formato envolvente de dichos productos que ha quedado acreditado que son dispares en una y otra empresa, si se observan tanto los envoltorios como las respectivas vitolas de dichos productos.*

El asunto se dilucidó en segunda instancia por la Audiencia Provincial de Murcia en septiembre de 2001, con estimación parcial del recurso de apelación interpuesto por la denunciante, y con revocación de la anterior sentencia. Esta institución, al contrario que el Juzgado de 1ª Instancia, entendió que la demandada había incurrido en actos de competencia desleal por la utilización de las envolturas de salchichones y chorizos semejantes a las que son de uso exclusivo de la actora, condenando a dicha demandada a cesar en la utilización de tales envolturas, y absolviéndola del resto de las pretensiones formuladas en la demanda (envoltorio del jamón) sin especial declaración sobre costas de ambas instancias.

### **El envoltorio resultó desleal**

En cuanto al envoltorio del salchichón y del chorizo, lo primero que se determinó es si la empresa denunciante era titular de un derecho de exclusiva (marca registrada) en cuanto a la utilización de dichos elementos de presentación. La protección legal ampara a los signos distintivos, pues se consideran como instrumentos que sirven para dar a conocer las prestaciones y establecimientos en el mercado y, de la misma forma, son un importante canal de comunicación con los consumidores, a los que se les dirige información sobre las características de los productos.

En el presente caso, las características del envoltorio, *haciendo figurar en el mismo la disposición de lonchas correspondientes al producto en posición vertical y en columnas paralelas*, formaba parte integrante en ambos casos de la marca registrada, que determina un derecho de utilización exclusiva para la demandante.

La imitación del mismo comportaba la existencia de un acto de competencia desleal. La infracción de la marca constituye en el presente supuesto un claro supuesto de competencia desleal, según la Audiencia Provincial.

### **El envoltorio no estaba protegido**

En el caso de los jamones no se estimó el hecho como un acto de competencia desleal por cuanto en el registro de la marca no se hizo referencia al envoltorio como signo distintivo propio de la misma y, por tanto, no existía un derecho de exclusiva a favor de la demandante.

De la misma forma, tampoco quedó acreditado que la "similitud" fuera contraria a la buena fe y resultara idónea para generar la asociación por parte de los consumidores respecto a la prestación o comportara un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. La similitud más característica en la presentación de ambos productos resultó ser el hecho de envolver el extremo del jamón con papel.

Dicha innovación, al no estar amparada por la protección de la marca, *carecía de la necesaria singularidad para generar un derecho de exclusiva en orden a impedir la utilización del mismo*

*procedimiento por otros competidores cuando, como se ha repetido, existe una clara distinción entre ambas marcas que excluye el riesgo de confusión e incluso de asociación.*



### **Nota de Prensa 3.**

01 OCTUBRE 2008

## **JURISPRUDENCIA SOBRE COMPETENCIA DESLEAL EN MARCAS**



La Oficina de Signos Distintivos del **INDECOPI** ha publicado la 27 de Mayo del presente año un precedente muy importante a tener en cuenta, al considerar la pretensión de registro de una Marca, incurra en el artículo 137 de la Decisión 486 que configuraría una competencia Desleal en tema Marcario.

Dicha decisión tiene su fundamento en el artículo 10 del Convenio de Paris donde se establece que los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los países miembros una protección eficaz contra la competencia desleal.

Por lo tanto, debe prohibirse cualquier acto capaz de crear una confusión, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; las aseveraciones falsas, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor y las aseveraciones que pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.



## Nota de Prensa 4.

# Importadores informales perjudican a las empresas bolivianas legales

**COMPETENCIA** Compañías de importación extranjeras subfacturan la mercancía que ingresa a Bolivia y hacen una competencia desleal a empresas bolivianas legalmente establecidas y que pagan impuestos.

Amancaya Finkel /Iquique - 09/03/2011



Miles de vehículos legales y chutos ingresan por año de Chile a Bolivia.

El puerto de Iquique mueve millones de dólares por día, inimaginables cantidades de mercancías de todo tipo desembarcan en los muelles cada hora para ser transportadas a diferentes países del continente y otras tantas se cargan en los barcos rumbo a destinos múltiples y lejanos.

Hay comercio legal, pero por detrás existen importadores informales que subfacturan las mercancías (declarar en la factura un precio de compraventa inferior al efectivamente pagado en la transacción) y hacen una competencia desleal a las empresas legalmente establecidas.

Desde pasta dental hasta automóviles, pasando por zapatillas deportivas y computadoras, prácticamente todos los objetos que compramos, vendemos y usamos cotidianamente han llegado por Iquique. Los galpones, depósitos y almacenes que albergan las mercancías en la zona franca de Iquique se suceden unos tras otros a lo largo de las calles, según verificó Página Siete en esa ciudad portuaria.

Uno de los rubros de mayor movimiento entre Bolivia y Chile es el rubro automotor. Gran parte de los vehículos que llegan a Iquique para su importación a Bolivia entran al país de forma legal, a través de empresas nacionales que pagan impuestos por la importación y venta de los carros. Pero alrededor de este negocio también existe una oscura mafia de contrabandistas y de “empresarios” que facilitan la evasión de impuestos en Bolivia, perjudicando tanto al Estado boliviano como a las empresas legalmente establecidas.

### **Subfacturación**

“Tenemos la representación de Toyota para Bolivia, lo cual implica que ofrecemos una garantía y repuestos genuinos. Vendemos automóviles en Bolivia y en Iquique. En el último caso, son los propios clientes quienes hacen todos los trámites para nacionalizar el carro en Bolivia; a los compradores se les entrega una factura de reexpedición cuyo monto determina el valor impositivo a ser pagado en la Aduana boliviana.

Al ser una empresa establecida en Bolivia tenemos que cumplir con todo legalmente” dice Adolfo Pellegrini, funcionario de Toyosa SA. Pero también existen autoventas en Iquique que no cuentan con la representación legal de las marcas que comercializan y que, sin embargo, venden vehículos cero kilómetros para Bolivia.

“Estos autos son solamente para Bolivia” dice el dueño de una de estas autoventas, cuando se le pregunta por el precio de una camioneta Hilux 2011 cero kilómetros.

No podría comercializar estos automóviles en Chile ya que, al no ser representante de la marca, su negocio sería clausurado de inmediato. Estos vendedores hacen una competencia desleal a las empresas de venta de vehículos bolivianas debido a que subfacturan la mercancía que así paga una suma menor en impuestos al ingresar al país.

“Necesito que me haga una factura menor para pagar menos impuestos en Bolivia” dice un comprador ficticio que ha ingresado con Página Siete a la autoventa de Iquique para adquirir un carro de 26.000 dólares.

En esta oportunidad, el vendedor le ofrece una factura de 17.500 dólares; sin embargo, existen pruebas de que en otras ocasiones este mismo vendedor emitió facturas de hasta

9.500 dólares, un monto mucho menor al costo de un carro que en Iquique se vende en 26.000 dólares.

Con una subfacturación de este tipo se perjudica sólo a Bolivia; no se perjudica a Chile, al menos hasta el momento en que la empresa retira sus utilidades, porque el carro no se nacionaliza allí, pero esta figura es ilegal. “En Chile la subfacturación constituye un infracción en primera instancia y, si se comprueba que se comete esta infracción de un modo doloso para alterar las bases imponibles y evadir impuestos, puede llegar a constituir un delito tributario” dice Pedro Veliz, abogado chileno.

### **¿Evasión o lavado?**

Una alteración de este tipo, si es continua, más allá de constituir un delito fiscal, apunta a un posible lavado de dinero. “Cuando detectamos este tipo de problemas, los pasamos a Impuestos Internos para determinar si hay algún tipo de evasión de impuestos o de blanqueo de dinero” explica René Lobos, jefe del Departamento de Fiscalización Aduanera en Iquique.

Afirma que existen casos de subfacturación que han sido denunciados, pero que actualmente se encuentran en etapa de investigación y que él no está facultado para pronunciarse al respecto. La emisión de facturas menores o diferentes al precio real de una mercancía podría apuntar a un posible lavado de activos. Una empresa solvente requiere de una facturación correcta para mantenerse como tal; cualquier alteración que se realice de manera continua levanta la sospecha de un blanqueo de activos, más aún si se da en una zona franca como es Iquique.

También la empresa Imcruz ha tenido problemas de este tipo, si bien la subfacturación de vehículos usados es menor debido a la nueva Ley de Aduanas que aplica una tabla de valoración a los carros que se importan; esta empresa sí se ha topado con el problema en vehículos cero kilómetros.

“Ahora tropezamos con gente que está comprando especialmente camiones de una de las marcas que representamos en Panamá; hacen una subfacturación, luego los importan, los nacionalizan y el valor de venta es menor al nuestro. Tenemos que estar inventando constantemente nuevas herramientas y escudos para impedir que esto suceda” dice Juan Pablo Auza, gerente regional de Imcruz.

Por otro lado, Jorge Terrazas, gerente regional de Ovando SA, representante de Mitsubishi, Mercedes Benz y otras marcas de automotores, señala que la situación ha mejorado desde la vigencia de la nueva Ley de Aduanas y dice que no tiene problemas en lo que se refiere a los carros cero kilómetros.



## Nota de Prensa 5.

# Control en Super Market's

Última actualización el Lunes, 05 de Septiembre de 2011 17:06

**E**l Gobierno Autónomo Municipal de La Paz a través de la Intendencia Municipal realiza el control y vigilancia en defensa de los derechos del consumidor, la canasta familiar básica, precautelando la calidad de peso y precio de los productos en los principales centros de abasto de la ciudad.



Otra tarea fundamental de la Intendencia Municipal es supervisar y verificar todos los centros de venta como ser; supermercados, hipermercados y súper market's de toda la ciudad de La Paz, para así dar cumplimiento a la O.M. 334/00, de esta manera controlar los productos en cuanto a Registro Sanitario, fecha de vencimiento y procedencia de productos importados. Si se evidencia que los productos no cumplen las condiciones de inocuidad sanitaria, el personal del G.A.M.LP a través de sus diferentes unidades, deberán proceder con el decomiso de los mismos, ya que se realiza distintos operativos sorpresa cada tiempo determinado juntamente con el personal de laboratorio.

Todos los productos que se encuentren en mal estado, atenten contra la salud del consumidor serán decomisados para proceder a su destrucción, de acuerdo al código penal boliviano en su Art. 216°, tipificada como delito contra la salud pública, el comercio de sustancias nocivas a la salud o bebidas y alimentos vencidos, bajo sanción de privación de libertad de uno a diez años.



## **Normativa 1.**

### DECRETO SUPREMO N° 28152

CARLOS D. MESA GISBERT PRESIDENTE  
CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

#### CONSIDERANDO:

Que en el marco de la Ley N° 1788 de 16 de septiembre de 1997– Ley de Organización del Poder Ejecutivo, se creó el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, como un órgano desconcentrado del Ministerio de Desarrollo Económico, encargado de administrar el régimen de la Propiedad Intelectual en el país.

Que el Decreto Supremo N° 25159 de 4 de septiembre de 1998, establece la organización y funcionamiento del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, definiendo al mismo como un órgano de derecho público, desconcentrado del Ministerio de Desarrollo Económico, con competencia de alcance nacional, estructura administrativa propia, dependencia lineal del Ministro de Desarrollo Económico y dependencia funcional del Viceministro de Industria y Comercio Interno.

Que la Ley N° 2446 de 19 de marzo de 2003 – Ley de Organización del Poder Ejecutivo, instituyó una nueva tipología de instituciones del sector público, en función del mayor o menor grado de independencia de gestión, siendo, indispensable adecuar la estructura del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI a este nuevo marco jurídico institucional.

Que el Gobierno Nacional, con la finalidad de fortalecer y reformar institucionalmente al SENAPI, promulgó el Decreto Supremo N° 27938 de 20 de diciembre de 2004.

Que el Decreto Supremo N° 27938, tiene por objeto establecer la organización y funcionamiento del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI en el marco de la Ley N° 2446, sus disposiciones reglamentarias y los convenios internacionales y de integración de los que Bolivia forma parte.

Que el Artículo 4 del citado Decreto Supremo, estipula que el SENAPI administra en forma desconcentrada e integral el régimen de la Propiedad Intelectual en todos sus componentes, mediante una estricta observancia de los regímenes legales de la Propiedad Intelectual, de la vigilancia de su cumplimiento y de una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y

derechos conexos, a la obtención de variedades vegetales y al acceso y uso de recursos genéticos; constituyéndose en la oficina nacional competente respecto de los tratados internacionales y acuerdos regionales suscritos y adheridos por el país, así como, de las normas y regímenes comunes que en materia de Propiedad Intelectual se han adoptado en el marco del proceso andino de integración.

Que el Decreto Supremo N° 27732 de 15 de septiembre de 2004, de Readecuaciones al Reglamento de la Ley de Organización del Poder Ejecutivo, establece entre las funciones de los Viceministerios que conforman la estructura del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios, las de promover las relaciones con las organizaciones productivas campesinas, colonizadores, gremiales, empresariales, cooperativas, Organizaciones No Gubernamentales y otras similares que desarrollen actividades en el sector agropecuario, y promover políticas de fomento a la diversificación productiva agropecuaria.

Que hasta antes de la vigencia del Decreto Supremo N° 27938, el Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios – MACA, por mandato del Decreto Supremo N° 11341 de 8 de febrero de 1974, reglamentado mediante Resolución Ministerial N° 433/86 de 12 de diciembre de 1986, se constituía en la autoridad nacional competente, en lo relativo al derecho de las obtenciones vegetales.

Que en fecha 9 de agosto de 1996, la entonces Secretaría Nacional de Agricultura, como autoridad nacional competente, en virtud al acuerdo suscrito por Bolivia sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio – ADPIC, que exige que cada uno de los países firmantes reconozcan las obtenciones vegetales y en aplicación a lo dispuesto por la Disposición Transitoria Segunda de la Decisión 345 del Acuerdo de Cartagena, hoy Comunidad Andina de Naciones – CAN, Reglamenta la Protección de Variedades dictando la Resolución Secretarial N° 064/96; Bolivia, mediante Ley N° 1968 de 24 de marzo de 1999, se adhiere a la Unión de Países para la Protección de Obtenciones Vegetales – UPOV con sede en Suiza.

Que hasta antes de la entrada en vigencia del Decreto Supremo N° 27938, el régimen sui generis de protección de variedades se encontraba a cargo el Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios, designando al Programa Nacional de Semillas y Oficinas Regionales de Semillas, como Autoridad Nacional Competente en ésta área; la UPOV luego de haber analizado esta resolución acepta a Bolivia como país miembro con reconocimiento internacional.

Que el Sistema de Protección de Variedades así administrado, desde el año 1996 (entrada en vigencia de la Resolución Secretarial N° 064/96) hasta la fecha, ha tenido un adecuado funcionamiento, dando los resultados esperados, ejerciendo un efectivo control y fiscalización de las variedades protegidas, garantizando el derecho del obtentor, promoviendo de esta manera el constante lanzamiento de nuevas variedades al mercado, beneficiando al usuario de semillas quien tiene a su alcance y cuenta permanentemente con las mejores variedades que permiten incrementar su rendimiento.

Que el Programa Nacional de Semillas, que se encuentra bajo tuición del MACA, a través de las Oficinas Regionales de Semillas, ejerce el control y fiscalización de toda la

semilla que se produce, comercializa, acondiciona e importa, incluso las variedades protegidas, contando con una estructura establecida que genera credibilidad y confianza en el sistema.

Que el MACA, es el receptor de las observaciones realizadas por diferentes sectores del país relacionadas al área agrícola – investigativa y usuarios de semillas, afectados por los efectos de la emisión del Decreto Supremo N° 27938.

Que en el afán de enmendar las disposiciones y atribuciones conferidas al SENAPI, el Gobierno Nacional considera pertinente modificar el Decreto Supremo que regula su organización y funcionamiento.

Que en este sentido, corresponde emitir la presente norma por la vía rápida, en el marco del Capítulo IX del Decreto Supremo N° 27230 de 31 de octubre de 2003, en vista de que este tema ha sido aprobado por el Gabinete Económico de fecha 1 de mayo de 2005, según Nota UDAPE/STC/073-L/2005, emitida por la Secretaria Técnica del CONAPE.

EN CONSEJO DE GABINETE, D E C R E T A:

## CAPITULO I OBJETO

ARTICULO 1.- (OBJETO). El presente Decreto Supremo tiene por objeto realizar modificaciones, adecuaciones y complementaciones al Decreto Supremo N° 27938 de 20 de diciembre de 2004, en el marco de la normativa legal existente en materia de Propiedad Intelectual.

## CAPITULO II MARCO INSTITUCIONAL

ARTICULO 2.- (NATURALEZA INSTITUCIONAL). Se modifica el Artículo 2 del Decreto Supremo N° 27938 de 20 de diciembre de 2004, de la siguiente manera:

“ARTICULO 2.- (NATURALEZA INSTITUCIONAL). El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, es una Institución Pública Desconcentrada, con competencia de alcance nacional; tiene autonomía de gestión administrativa, legal y técnica, y depende del Ministro de Desarrollo Económico.”

ARTICULO 3.- (MISION). Se modifica el Artículo 4 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“ARTICULO 4.- (MISION). El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, administra en forma desconcentrada e integral el régimen de la Propiedad Intelectual en todos sus componentes, mediante una estricta observancia de los regímenes legales de la Propiedad Intelectual, de la vigilancia de su cumplimiento y de una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y derechos conexos; constituyéndose en la oficina nacional competente respecto de los tratados internacionales y acuerdos

regionales suscritos y adheridos por el país, así como de las normas y regímenes comunes que en materia de Propiedad Intelectual se han adoptado en el marco del proceso andino de integración.”

### CAPITULO III FUNCIONES Y ATRIBUCIONES

ARTICULO 4.- (FUNCIONES Y ATRIBUCIONES). Se modifica el inciso a) del Artículo 9 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

- “a) Administrar el régimen integrado de Propiedad Intelectual, conformado por las normas de propiedad industrial, derecho de autor y derechos conexos, con el alcance reconocido a estas materias internacionalmente.”

### CAPITULO IV ESTRUCTURA ORGANICA Y FUNCIONAL

ARTICULO 5.- (DIRECTOR GENERAL EJECUTIVO DEL SENAPI.

- I. Se modifica el inciso f) del Parágrafo IV del Artículo 13 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“f) Proponer al Ministro de Desarrollo Económico, a través del Viceministro de Industria, Comercio y Exportaciones, proyectos de normas legales en el área de su competencia”.

- II. Se derogan los incisos k) y m) del Parágrafo IV del Artículo 13 del Decreto Supremo N° 27938.

### CAPITULO V NIVEL TECNICO - OPERATIVO

ARTICULO 6.- (ATRIBUCIONES COMUNES).

- I. Se modifica el inciso e) del Parágrafo I del Artículo 17 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“e) Ejercer plena competencia para el conocimiento y resolución de las solicitudes y registros de Propiedad Intelectual, en sus respectivas áreas de gestión. Asimismo, actúan en primera instancia conociendo y resolviendo los recursos de revocatoria”.

- II. Se deroga el inciso g) del Parágrafo I del Artículo 17 del Decreto Supremo N° 27938.

- III. Se modifica el Parágrafo II del Artículo 17 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“II. Los Directores Técnicos deberán contar con formación profesional y probada

experiencia en el área de su competencia.”

ARTICULO 7.- (DIRECTOR DE PROPIEDAD INDUSTRIAL).

- I. Se modifica el inciso a) del Artículo 18 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“a) Ejercer las facultades que establecen para el órgano competente las leyes, Decretos Supremos, Resoluciones y decisiones sobre propiedad industrial.”

- II. Se incorpora en el Artículo 18 del Decreto Supremo N° 27938, el siguiente inciso:

“j) Conocer y sustanciar los procesos de Oposición, Nulidad, Cancelación y Caducidad y otros que se instauren en su Dirección.”

ARTICULO 8.- (DIRECTOR DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS).

- I. Se modifica el nomen iuris del Artículo 19 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“ARTICULO 19.- (DIRECTOR DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS). El Director de Derecho Autor y Derechos Conexos tiene las siguientes atribuciones:”

- II. Se modifica el inciso b) del Artículo 19 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“b) Representar por delegación del Director General Ejecutivo, al Servicio Nacional de Propiedad Intelectual ante organismos nacionales e internacionales, en temas de su competencia.”

- III. Se incorpora el inciso h) al Artículo 19 del Decreto Supremo N° 27938, con el siguiente texto:

“h) Otorgar registros con carácter declarativo, así como llevar y mantener los registros autorales y de depósito legal.”

CAPITULO VI  
NIVEL DE  
APOYO

ARTICULO 9.- (DIRECCION JURIDICA).

- I. Se modifica el Artículo 21 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“ARTICULO 20.- (DIRECCION JURIDICA). La Dirección Jurídica del SENAPI tiene las siguientes funciones:

Prestar asesoría especializada al SENAPI.

- b) Apoyar en las tareas de desarrollo normativo de los regímenes jurídicos de competencia del SENAPI.
- c) Coordinar y supervisar la función y gestión jurídica del SENAPI.
- d) Proyectar las Resoluciones de los Recursos Jerárquicos que conozca el SENAPI, y emitir informe fundado sobre su procedencia y mérito. La autoridad que se encuentra en conocimiento del señalado recurso, podrá resolverlo de manera fundada, en forma distinta a la sugerida por el Director Jurídico.
- e) Intervenir en los procesos judiciales en los que el SENAPI sea parte demandante o demandada.
- f) Elaborar proyectos de modificación o actualización de disposiciones legales relacionados con la materia.
- g) Ejercer la Secretaría del Consejo Técnico.”

II. La Dirección Jurídica actúa también como la instancia de sustanciación en todos los procesos por infracción y competencia desleal que se instauren por titulares de derechos.

III. El Director Jurídico será seleccionado y designado por el Director General Ejecutivo de conformidad con el Estatuto del Funcionario Público y las Normas Básicas de Administración de Personal; y deberá contar con formación profesional y probada experiencia en el área de su competencia.

IV. Se abroga el Parágrafo II del Artículo 21 del Decreto Supremo N° 27938.

#### CAPITULO VII RECURSOS HUMANOS

ARTICULO 10.- (REGIMEN DE RECURSOS HUMANOS). Se modifica el Parágrafo III del Artículo 25 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“III. El SENAPI podrá seleccionar, acreditar y contratar a especialistas o entidades especializadas en los diferentes ámbitos de la ciencia y tecnología que actuarán como examinadores externos en las solicitudes de derechos de Propiedad Intelectual, efectuando análisis de fondo de patentabilidad y registrabilidad, cuyo costo deberá ser cubierto por los solicitantes, conforme a reglamento. Las Direcciones Técnicas a este efecto llevarán, un banco de acreditación de expertos autorizados por el SENAPI.”

#### CAPITULO VIII REGIMEN NORMATIVO

ARTICULO 11.- (REGIMEN LEGAL). Se modifica el Parágrafo I del Artículo 26 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“I. El régimen legal aplicable por el SENAPI se halla constituido por las normas del ordenamiento jurídico nacional, los Tratados y Convenios Internacionales suscritos o adheridos por el país en esta materia y por los regímenes comunes adoptados en

esta materia dentro del ordenamiento jurídico de la Comunidad Andina de Naciones. Este marco legal constituye la fuente que establece y respalda la competencia y jurisdicción administrativa del SENAPI.”

## CAPITULO IX REGIMEN PROCESAL

### ARTICULO 12.- (PROCEDIMIENTOS).

- I. Se modifica el Parágrafo I del Artículo 27 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“I. La formación de actos administrativos en el SENAPI, estará sujeta a los principios, normas, requisitos, etapas y recursos contemplados en la Ley N° 2341 de Procedimiento Administrativo y disposiciones legales administrativas vigentes y de manera supletoria el Código de Procedimiento Civil.”

- II. Se derogan Parágrafos II y III del Artículo 27 del Decreto Supremo N° 27938.

## CAPITULO X COORDINACION INTERINSTITUCIONAL

### ARTICULO 13.- (ADMINISTRACION DEL REGIMEN SUI GENERIS DE OBTENCION DE VARIEDADES VEGETALES).

- I. La administración del régimen sui generis de obtención de variedades vegetales estará  
bajo tuición del Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios – MACA, en armonía con las normas y Tratados Internacionales relacionados a la materia, de los cuales Bolivia sea signataria o a los cuales se pueda suscribir, siempre que no contravengan la legislación nacional.
- II. A efectos de realizar una administración eficiente del Régimen de Obtención de Variedades Vegetales y ante la necesidad de contar con una reglamentación específica, se aprueba como Reglamento Para la Protección de las Obtenciones Vegetales la Resolución Ministerial N° 40/2001 de 2 de Abril de 2001, la misma que es parte indisoluble del presente Decreto Supremo.
- III. El MACA, a través del Programa Nacional de Semillas, deberá comunicar y proveer al SENAPI periódicamente, toda la información relativa a los nuevos  
títulos y certificaciones otorgados sobre las Obtenciones Vegetales, así como, los que fueron objeto de anulación o hubieren caducado, a efectos de unificar la información a nivel nacional.

## CAPITULO XI DISPOSICIONES

### TRANSITORIAS Y FINALES

ARTICULO 14.- (NORMAS REGLAMENTARIAS). Se modifica el Parágrafo II del Artículo 29 del Decreto Supremo N° 27938, de la siguiente manera:

“II. Asimismo, en un plazo de 90 días, a partir de la entrada en vigencia del presente Decreto Supremo, el SENAPI deberá tramitar la aprobación del reglamento al Régimen Común sobre Propiedad Industrial (Decisión 486) y actualizar el Reglamento a la Ley N° 1322 – Ley de Derechos de Autor en concordancia con el Régimen Común de Derecho de Autor y Derechos Conexos (Decisión 351).”

ARTICULO 15.- (VIGENCIA DE NORMAS).

- I. Todos los Artículos del Decreto Supremo N° 27938 de 20 de diciembre de 2004 no modificados expresamente por el presente Decreto Supremo, mantienen su vigencia en la forma en que se encuentran redactadas.
- II. Se abroga el Artículo 6 del Decreto Supremo N° 27938.
- III. Se abrogan y derogan todas las disposiciones contrarias al presente Decreto Supremo.

Los Ministros de Estado en sus respectivos Despachos quedan encargados de la ejecución y cumplimiento del presente Decreto Supremo.

Es dado en el Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz a los diecisiete días del mes de mayo del año dos mil cinco.

FDO. CARLOS D. MESA GISBERT, Juan Ignacio Siles del Valle, Jorge Gumucio Granier, José Antonio Galindo Neder, Saúl Lara Torrico, Gonzalo Arredondo Millán, Luis Carlos Jemio Mollinedo, Erwin Aguilera Antunez, Wálter Kreidler Guillaux, René Gómez García Palao, Guillermo Torres Orias, María Soledad Quiroga Trigo, Graciela Rosario Quiroga Morales, Audalia Zurita Zelada, Victor Gabriel Barrios Arancibia, Jorge Espinoza Morales, Gloria Ardaya Salinas, Pedro Ticona Cruz.