



OTROS
DOCUMENTOS

2022



Guía práctica sobre la Propiedad Industrial e Intelectual en Bolivia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



OTROS
DOCUMENTOS

16 de noviembre de 2022
La Paz

Este estudio ha sido realizado por
Cristina Mirete García

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en La Paz

<http://bolivia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-015-3

Índice

1. Introducción	5
1.1. Importancia de la Propiedad Industrial	5
1.1.1. Acuerdo de la OMC sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio	6
1.2. Decisión de la Comunidad Andina 486	7
1.3. SENAPI y oficinas regionales	7
2. Marcas	9
2.1. Marco normativo	9
2.2. Procesos	12
2.2.1. Proceso de registro	12
2.2.2. El proceso de oposición y nulidad	14
2.3. Dudas frecuentes	14
2.3.1. Marca notoria en Bolivia	14
2.3.2. Diferencias entre marca y nombre comercial	15
2.3.3. Marca colectiva	16
2.3.4. Defensa ante vulneración	16
3. Patentes, modelos de utilidad y diseños industriales	17
3.1. Marco normativo	17
3.2. Patente de invención	17
3.2.1. Requisitos de patentabilidad	17
3.2.2. Trámite	18
3.3. Patente modelo de utilidad	18
3.3.1. Concepto y diferencia con la patente de invención	18
3.4. Diseños industriales	19
3.5. Patentes farmacéuticas	19
3.6. Dudas frecuentes	21
3.6.1. Proceso de registro: requisitos formales para patente de invención y modelo de utilidad	21
3.6.2. Qué no se considera una invención	22
3.6.3. Invenciones no patentables	23
3.6.4. Precios públicos	23
4. Propiedad Intelectual: Derechos de autor	25
4.1. Marco normativo	26
4.2. Proceso	26
4.2.1. Requisitos formales para tramitación	26
5. Indicaciones geográficas	29
5.1. Marco normativo	30



5.2. Proceso de registro	30
6. De interés	33
6.1. Prevención en ferias y exposiciones	33
6.2. Secreto comercial	33
6.3. Licencia y compraventa	34
6.3.1. Licencias obligatorias	35
6.4. Situación actual de la Propiedad Industrial en Bolivia	36
7. Anexos	38
7.1. Fuentes	38
7.1.1. Legislación	38
7.1.2. Bibliografía	39
7.1.3. Fuentes primarias	39
7.2. Tiempo estimado para concesiones	39

icex

1. Introducción

1.1. Importancia de la Propiedad Industrial

La preocupación por la protección de los derechos de Propiedad Industrial e Intelectual (DPI) es un tema que cada vez está tomando mayor relevancia entre las empresas.

Una buena estrategia de propiedad industrial es esencial para cualquier empresa, ya comience su andadura o lleve años en el mercado. Su importancia aumenta con la decisión de internacionalizar los productos y / o servicios de la empresa.

Para abordar este ámbito ha de tenerse en cuenta previamente la distinción entre la **propiedad industrial**, que engloba las patentes, los modelos de utilidad, las marcas, los nombres comerciales y los diseños industriales; y la **propiedad intelectual**, que se centra en los Derechos de Autor y los Derechos Conexos. Otro signo distintivo dentro de la propiedad industrial, que está prevaleciendo cada vez más en el mundo empresarial, es la denominación de origen.

Todas estas figuras son activos intangibles que aportan un gran valor a cualquier negocio y lo hacen más fuerte frente a posibles competidores, siendo una herramienta diferenciadora y estratégica de posicionamiento. Las empresas que internacionalizan sus activos intangibles protegidos apoyan su actividad innovadora con una estrategia empresarial basada en la marca.

Según la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)**, “el conocimiento de la propiedad intelectual puede ayudar a una empresa a ser más competitiva y a gestionar los riesgos”. Además, el objetivo de este organismo es:

- **proteger** productos y servicios **innovadores**;
- **aumentar la visibilidad**, el interés y el valor de sus productos en el mercado;
- **diferenciar a la empresa** y a sus productos de la competencia;
- **acceder a información y conocimientos especializados y comerciales**;
- **evitar el riesgo** de utilizar involuntariamente contenidos pertenecientes a terceros o de perder, también involuntariamente, información, innovaciones o producciones creativas propias y valiosas.

Por otra parte, según un estudio publicado por la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) y la Oficina Europea de Patentes (OEP)¹, las empresas titulares de al menos una

¹ Disponible en: https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/IPContributionStudy/IPR_firm_performance_in_EU/2021_IP_Rights_and_firm_performance_in_the_EU_en.pdf

patente, un diseño industrial o una marca generan de media un 20 % más de ingresos por empleado que las empresas que no son titulares de ninguno de estos derechos. El estudio citado confirma una relación sólida y positiva entre la titularidad de estos derechos y los resultados económicos de las empresas.

El presente informe pretende mostrar los diferentes derechos que existen para la protección de los activos intangibles en Bolivia, su ordenamiento y funcionamiento. El estudio se estructura en torno a las diversas Decisiones de la Comunidad Andina y a la normativa nacional e internacional.

Asimismo, pretende dar una visión de la PI en Bolivia, exponiendo la importancia de la misma y asistiendo a las empresas que deseen operar en el país.

1.1.1. Acuerdo de la OMC sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio

El **Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)**, negociado en la Ronda Uruguay (1986-1994), incorporó por primera vez normas sobre la propiedad intelectual en el sistema multilateral de comercio.

Este acuerdo es el pilar que facilita el comercio de conocimientos y contenidos creativos, estableciendo un marco para el sistema de propiedad intelectual en lo que concierne a la innovación, la transferencia de tecnología y el bienestar público. Los ADPIC constituyen un reconocimiento jurídico de **la importancia de los vínculos entre la propiedad intelectual y el comercio** y de la necesidad de contar con un sistema de propiedad intelectual equilibrado.²

El acuerdo recoge cada uno de los principales elementos de la protección: la **materia** que ha de protegerse, los **derechos** que han de conferirse y las **excepciones** permisibles a esos derechos, y la **duración** mínima de la protección.

Asimismo, establece normas exigiendo, en primer lugar, que se cumplan las obligaciones sustantivas estipuladas en los principales convenios de la OMPI: el **Convenio de París** para la Protección de la Propiedad Industrial y el **Convenio de Berna** para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. En él se establecen niveles mínimos de protección que cada Gobierno ha de otorgar a la propiedad intelectual de los demás Miembros de la OMC.

Este convenio multilateral se aplica a todas las economías de los miembros de la OMC, por lo que es de aplicación por el Estado Plurinacional de Bolivia desde el 12 de septiembre de 1995, fecha de su adhesión a la OMC.

² Disponibles en: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm

1.2. Decisión de la Comunidad Andina 486

La **Comunidad Andina** (CAN) integrada por **Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú** es un organismo internacional líder en integración en el continente. Fue a través del **Acuerdo de Cartagena** en Colombia el 26 de mayo de 1969 como se constituyó el sistema institucional.

La CAN cuenta con diversos órganos e instituciones que forman el **Sistema Andino de Integración** (SAI), cuyo objetivo es alcanzar un desarrollo integral, equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, con proyección hacia una integración sudamericana y latinoamericana.

Uno de los principales hitos de la Comunidad Andina es el Ordenamiento Jurídico Comunitario, de carácter supranacional, obligatorio cumplimiento y vigencia en los cuatro países que la integran.

La **Decisión 486**, vigente desde el 1 de diciembre de 2000, es la norma que regula el **Régimen Común sobre Propiedad Industrial**. La ventaja de esta legislación es contar con una estructura definida y uniformizada de los procedimientos de registro y de las acciones de defensa y protección de cada uno de los derechos de propiedad industrial (invenciones, marcas, secretos industriales, etc.)

Esta norma supranacional es de aplicación inmediata y directa, por lo que goza de primacía respecto de las normas nacionales y no necesita de procedimientos de recepción en los ordenamientos nacionales para producir sus efectos legales.

Actualmente se discute en el Comité Andino *ad hoc* de Propiedad Intelectual (CAAPI) la actualización de la Decisión 486 en lo relativo al capítulo de indicaciones geográficas. Los Países Miembros han visto necesario actualizar la norma existente para darle una mejor y mayor protección a esta figura jurídica, además de delimitar algunos conceptos que, con el paso del tiempo, requieren de una mayor precisión a nivel conceptual.

1.3. SENAPI y oficinas regionales

El **Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI)** es una institución pública desconcentrada que depende del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, con competencia de alcance nacional.

Su misión es administrar el régimen de la propiedad intelectual en todos sus componentes, la vigilancia de su cumplimiento y una efectiva protección de los derechos de exclusiva referidos a la propiedad industrial, al derecho de autor y derechos conexos.

Asimismo, es 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.



La oficina central se encuentra en la ciudad de La Paz. Sin embargo, alrededor del país existen oficinas distritales en: El Alto, Cochabamba, Santa Cruz, Oruro, Chuquisaca, Tarija y Potosí.

La Oficina Digital del SENAPI cuenta con un enfoque de uso de Tecnologías de Información y Comunicación para la implementación de Gobierno Electrónico en el Estado. Su objetivo es dar la posibilidad de remitir la documentación electrónica firmada digitalmente. Sin embargo, a día de hoy, sigue siendo obligatorio acudir presencialmente a las oficinas para gestionar los registros.

En la Comunidad Andina no existe una base de datos comunitaria, pero se está trabajando en un protocolo para que las comunicaciones sean más fluidas.

icex

2. Marcas

2.1. Marco normativo

El registro y protección de las marcas en Bolivia está regulado por la **Decisión de la Comunidad Andina (CAN) núm. 486 “Régimen Común sobre Propiedad Industrial”** y la **Ley General del 15 de enero de 1918 sobre Marcas y Registros Industriales y Comerciales**. Esta Ley está vigente pero no es aplicable debido a su desactualización.

Actualmente, está en proceso un Anteproyecto de Ley de Marcas para la actualización y adecuación de la ley nacional con la Decisión 486 de la CAN.

La Decisión 486 define el concepto de 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**. La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro” (artículo 134). Esta norma **faculta a los titulares de una marca para que presenten oposiciones andinas en los demás Países Miembros** (artículo 147), con la finalidad de que no se otorgue el registro a una marca que pueda ser idéntica o similar a la suya, siempre que el titular de una marca prioritaria –en cualquier país de la CAN– cuente con interés real para presentar esa oposición, y establece que el uso de la marca en uno de los cuatro países de la CAN puede ser considerado efectivo en los otros países andinos (artículo 165).

En resumen, una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de los de otra. Ha de tenerse presente que la representación gráfica sigue siendo un requisito para el registro de las marcas, a diferencia de las marcas europeas.³

Las marcas deben solicitarse siguiendo la Clasificación de Niza, es decir, deben elegirse los productos y servicios para los que van a ser usadas. Bolivia adoptó la Clasificación Internacional de Marcas de Fábrica y de Servicio de Niza, que fue puesta en vigencia mediante el Decreto Supremo núm. 20791 del 10 de mayo de 1985.

El registro de una marca confiere al individuo o sociedad un derecho de uso exclusivo, es decir, podrá ser **utilizada exclusivamente por el titular**, o ser concedida en licencia a un tercero a cambio de un pago, normalmente.

³ El 1 de octubre de 2017, como resultado del Reglamento (EU) 2015/2424 de modificación, se suprimió el denominado «requisito de representación gráfica».

Este uso exclusivo y los demás derechos establecidos en la Decisión 486 tienen una vigencia de **10 años desde la fecha de concesión** y pueden ser renovados de manera indefinida por plazos de 10 años. Se deberá solicitar la renovación 6 meses antes de la fecha de vencimiento del registro o hasta 6 meses después de su vencimiento, esto es, en el plazo de gracia.

Bolivia **no es miembro de la Unión de Madrid**⁴, por lo que los solicitantes a través del Sistema de Madrid no pueden optar al registro de la marca en Bolivia por medio de este sistema centralizado.

ASPECTOS BÁSICOS DEL REGISTRO DE MARCAS

<p>Elementos registrables como marca</p> <p>(artículo 134)</p>	<p>a) las palabras o combinación de palabras; b) las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos; c) los sonidos y los olores; d) las letras y los números; e) un color delimitado por una forma, o una combinación de colores; f) la forma de los productos, sus envases o envolturas; g) cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores.</p>
<p>Requisitos para el registro</p>	<p>Dos requisitos elementales de la marca:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representación gráfica • Distintividad
<p>Qué no puede ser registrado</p> <p>(artículo 135)</p>	<p>a) no puedan constituir marca conforme al primer párrafo del artículo anterior (134) b) carezcan de distintividad; c) consistan exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases, o en formas o características impuestas por la naturaleza o la función de dicho producto o del servicio de que se trate; d) consistan exclusivamente en formas u otros elementos que den una ventaja funcional o técnica al producto o al servicio al cual se aplican; e) consistan exclusivamente en un signo o indicación que pueda servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción, etc. f) consistan exclusivamente en un signo o indicación que sea el nombre genérico o técnico del producto o servicio de que se trate; g) consistan exclusivamente o se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio. h) consistan en un color aisladamente considerado. i) puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate; j) reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida.</p>

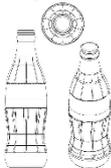
⁴ <https://www.wipo.int/madrid/es/>

- k) contengan una **denominación de origen protegida para vinos y bebidas** espirituosas;
- l) consistan en una **indicación geográfica nacional o extranjera** susceptible de inducir a confusión respecto a los productos o servicios a los cuales se aplique;
- m) reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, los **escudos de armas, banderas, emblemas, signos y punzones oficiales** de control y de garantía de los Estados.
- n) reproduzcan o imiten signos de conformidad con **normas técnicas**, a menos que su registro sea solicitado por el organismo nacional competente en normas y calidades en los Países Miembros;
- o) reproduzcan, imiten o incluyan la **denominación de una variedad vegetal protegida** en un País Miembro o en el extranjero.
- p) sean **contrarios a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres**.

No obstante, lo previsto en los literales b), e), f), g) y h), un signo podrá ser registrado como marca si quien solicita el registro o su causante lo hubiese estado **usando constantemente en el País Miembro** y, por efecto de tal uso, **el signo ha adquirido aptitud distintiva** respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica.

Fuente: elaboración propia.

TIPOS DE MARCAS

Denominativa (Letras o palabras)	ADIDAS
Figurativa (Imágenes o símbolos)	
Mixtas (Palabras con grafía o símbolos gráficos y elementos figurativos)	
Tridimensionales (Forma del producto)	
Auditivas (Tonos corporativos)	

Fuente: elaboración propia.

2.2. Procesos

2.2.1. Proceso de registro

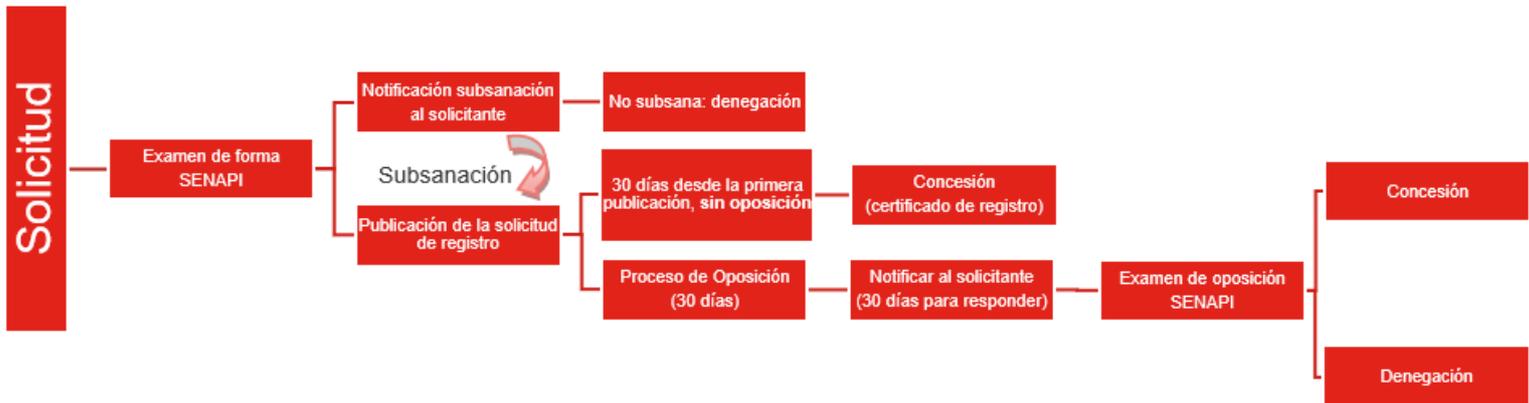
Ante un proceso de registro de marca, se recomienda consultar con anterioridad las bases de datos para tener constancia de si existe alguna marca igual o similar a la que queremos registrar y así evitar posibles oposiciones en el proceso de registro.

El SENAPI cuenta con el servicio “Biblioteca de Dirección de Propiedad Industrial”, cuya misión es actualizar y facilitar el acceso a los registros de marca emitidos por la Dirección de Propiedad Industrial, de forma física y digital, a las modificaciones de las marcas (renovaciones, cambios de titularidad, licencias de uso, fusiones, cancelaciones, etc.). Se debe acudir presencialmente, presentando la cédula de identificación, para el registro de los derechos.

Para la solicitud de registro de marca, el interesado debe personarse físicamente en el SENAPI y presentar los siguientes documentos:

1. Un ejemplar del Formulario PI-100 Solicitud de Signo Distintivo.
 - Crear usuario y contraseña para llenar el formulario en la página web del SENAPI.
 - Si la marca tiene diseño adicionar en tamaño 4x4 cm formato JPG-RGB e imprimir el formulario a color.
 - Llenar la casilla de descripción del signo distintivo y código Pantone del diseño (opcional).
 - Indicar cuál es el producto o servicio de acuerdo con el Clasificador Internacional de Niza.
2. Para personas jurídicas adjuntar el poder en original o copia legalizada del representante legal.
3. Comprobante original y fotocopia del pago a la cuenta de la Gaceta de Bolivia (Núm. cuenta 1 -293633).
4. Comprobante original y fotocopia del pago a la cuenta del SENAPI (Núm. cuenta 1-4668220).
5. En caso de tener registro anterior en otro país (Reivindicación de Prioridad) adjuntar copia certificada del documento por la autoridad competente de dicha solicitud.

Por último, se debe presentar la documentación, en el orden descrito anterior, en un *folder* amarillo, debidamente numerado.



Fuente: elaboración propia.

PRECIOS PÚBLICOS PARA SIGNOS DISTINTIVOS

En bolivianos (BOB)

Persona natural y / o jurídica		
	Nacional	Extranjera
Publicación en la <i>Gaceta Oficial de Bolivia</i>	255	510
Búsqueda de anterioridades	75	150
Solicitud de marca (1 clase) *	750	1.500
Título de concesión de marca	250	500
Solicitud de registro de renovación de signo distintivo	250	500
Título de renovación de marcas	250	500

* Se debe presentar una solicitud de marca por cada clase que se quiera registrar.

Fuente: elaboración propia.

2.2.2. El proceso de oposición y nulidad

El proceso de oposición es una posible fase que puede darse dentro del trámite de registro. El Ministerio Público, o cualquier persona, tenga o no marca registrada, podrá presentar una oposición al registro de una marca que estuviere comprendida dentro de las prohibiciones del artículo 136 de la Decisión 486. Los interesados que tuviesen una marca anteriormente registrada o solicitada podrán también oponerse a la petición de un registro o solicitar la nulidad del ya concedido.

El propietario de una marca registrada podrá oponerse a la concesión de un nuevo registro que lesione sus derechos, dentro del plazo de **treinta días siguientes a la fecha de la publicación** o pedir su nulidad, dentro de los cinco años siguientes, contados desde la fecha de concesión del registro impugnado.

El jefe de la Oficina de Propiedad Industrial resolverá en primera instancia sobre las oposiciones y reclamaciones de nulidad, con apelación ante el ministro de Industria.

2.3. Dudas frecuentes

2.3.1. Marca notoria en Bolivia

La Decisión 486 en su artículo 136.h) reconoce la oposición en base a las marcas notoriamente reconocidas:

*“constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un **signo distintivo notoriamente conocido** cuyo titular sea un tercero, **cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo**, cuando su uso fuese susceptible de causar un **riesgo de confusión o de asociación** con ese tercero o con sus productos o servicios; un **aprovechamiento injusto del prestigio del signo**; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario”.*

No existe un procedimiento específico para el reconocimiento de una marca notoria, sino que se realiza a través del mismo procedimiento de oposición, presentando las pruebas documentales oportunas para su reconocimiento y acreditación.

Asimismo, en el Título XIII “De los Signos Distintivos Notoriamente Conocidos”, se establece el reconocimiento de la notoriedad emitida por los demás Estados Miembros de la CAN. Un ejemplo sería que, si en Perú se ha reconocido la notoriedad de una marca, Bolivia debe reconocer la existencia de esa notoriedad.

Según el artículo 228 para **determinar la notoriedad de un signo distintivo**, se tomarán en consideración entre otros, los siguientes **factores**:

- a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;
- b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;
- c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique;
- d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;
- e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;
- f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;
- g) el valor contable del signo como activo empresarial;
- h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,
- i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;
- j) los aspectos del comercio internacional; o,
- k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero.

2.3.2. Diferencias entre marca y nombre comercial

El nombre comercial es una palabra o un conjunto de ellas que identifica a una actividad u origen comercial o industrial. Asimismo, es un derecho que **se adquiere por el primer uso y se mantiene con su uso real**, es decir, **no necesita de su registro** como la marca para adquirir el derecho exclusivo. Este derecho se extinguirá cuando cesen las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa.

La marca es un signo que identifica productos o servicios, mientras que **el nombre comercial identifica la actividad del origen comercial** de un establecimiento.

2.3.3. Marca colectiva

La marca colectiva representa a una agrupación de titulares, puede ser una asociación, cooperativa, grupo de comerciantes... Es todo signo que sirve para **distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios** pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilizan bajo el control de un titular.

Los solicitantes pueden ser las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos. Deberá acompañarse con el certificado que constate la existencia legal de la asociación o sindicato.

2.3.4. Defensa ante vulneración

En base al artículo 238 de la Decisión 486, el titular de una marca podrá ejercer acciones judiciales ante la autoridad nacional competente contra cualquier persona que infrinja su derecho o aquellos que ejecuten actos que manifiesten la inminencia de una infracción.

Si se trata de una cotitularidad, cualquiera de los cotitulares podrá entablar la acción, sin consentimiento de los demás, a no ser que se hubiera acordado lo contrario.

El demandante o denunciante podrá solicitar a la autoridad nacional competente que se ordenen, entre otras, una o más de las siguientes medidas:

- a) el **cese de los actos** que constituyen la infracción;
- b) la **indemnización de daños y perjuicios**;
- c) el **retiro de los circuitos comerciales** de los **productos** resultantes de la infracción, incluyendo los envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales, así como los materiales y medios que sirvieran predominantemente para cometer la infracción;
- d) la **prohibición de la importación o de la exportación** de los productos, materiales o medios referidos en el literal anterior;
- e) la **adjudicación en propiedad de los productos**, materiales o medios referidos en el literal c), en cuyo caso el valor de los bienes se imputará al importe de la indemnización de daños y perjuicios;
- f) la **adopción de las medidas necesarias para evitar la continuación o la repetición** de la infracción.
- g) la **publicación de la sentencia condenatoria** y su notificación a las personas interesadas, a costa del infractor.

3. Patentes, modelos de utilidad y diseños industriales

3.1. Marco normativo

El marco normativo también se rige por la Decisión 486 de la CAN - Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

De acuerdo con esta normativa, existen diferentes tipos de protección de patente: la **patente de invención**, la **patente de modelo de utilidad** y **diseños industriales**. Esta última protección, a diferencia de la normativa europea y española, está incluida dentro de patentes, cuando en España el diseño industrial tiene una protección independiente de las patentes.

3.2. Patente de invención

3.2.1. Requisitos de patentabilidad

Las patentes de invención sean de producto o de procedimiento, en todos los campos de la tecnología, siempre serán patentables cuando cumplan con los siguientes requisitos:

Novedad. – Una invención se considerará nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica. El estado de la técnica es toda información que ha sido accesible al público por una descripción escrita u oral, utilización, comercialización o cualquier otro medio de difusión en el país o en el extranjero, antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida.

A efectos de determinar la patentabilidad, no se tomará en consideración la divulgación ocurrida **dentro del año precedente a la fecha de la presentación de la solicitud** en el país o **dentro del año precedente a la fecha de prioridad, si esta hubiese sido invocada**, siempre que tal divulgación hubiese provenido de:

- a) el inventor o su causahabiente;
- b) una oficina nacional competente que, en contravención de la norma que rige la materia, publique el contenido de la solicitud de patente presentada por el inventor o su causahabiente; o,
- c) un tercero que hubiese obtenido la información directa o indirectamente del inventor o su causahabiente.

Nivel inventivo. – Equivale a lo que se conoce en la Unión Europea como actividad inventiva. 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.

De acuerdo con la Decisión 486 lo obvio es lo “que se encuentra o pone delante de los ojos; muy claro o que no tiene dificultad. Mientras que lo evidente es la “certeza clara y manifiesta de la que no se puede dudar”.

Aplicación industrial. – Su objeto puede ser reproducido o utilizado en cualquier tipo de industria, entendiéndose por industria la referida a cualquier actividad productiva, incluidos los servicios.

3.2.2. Trámite



Fuente: elaboración propia.

3.3. Patente modelo de utilidad

3.3.1. Concepto y diferencia con la patente de invención

Las patentes de modelo de utilidad sólo pueden ser de **producto** y deben cumplir los requisitos de:

Novedad. – Está restringida únicamente a la nueva función que cumpla el producto, debido a la modificación y mejora realizada al producto.

Ventaja Técnica. – Debe demostrar su utilidad y beneficio para el consumidor.

Aplicación Industrial. – Es susceptible de aplicación industrial cuando el producto puede ser producido o utilizado en cualquier tipo de industria, entendiéndose por industria la referida a cualquier actividad productiva, incluidos los servicios.

DIFERENCIA ENTRE PATENTE DE INVENCIÓN Y MODELO DE UTILIDAD

	Patente de invención	Modelo de utilidad
Materia	Procedimiento y producto: composiciones, compuestos, sustancias, aparatos, mecanismos, máquinas, herramientas, instrumentos, artefactos, procedimientos, métodos.	Producto: objetos, utensilios, aparatos, herramientas, mecanismos, máquinas, instrumentos, artefactos.
Requisito	Novedad, nivel inventivo, aplicación industrial	Novedad y aplicación industrial
Vigencia	20 años	10 años

Fuente: elaboración propia a partir del Manual de usuario de SENAPI.

3.4. Diseños industriales

Un diseño industrial es un producto que presenta una **apariencia particular**. Dicha apariencia puede resultar de cualquier reunión de líneas o combinación de colores, o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, línea, contorno, configuración, textura o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto. Su duración es de 10 años a partir de la fecha de presentación de la solicitud de registro. Y sus requisitos son:

Novedad. – Es el requisito esencial. El diseño industrial no se debe haber hecho accesible al público en ningún lugar del mundo, por ningún medio de comunicación antes de solicitar su protección. En ese sentido, el solicitante debe evitar exponerlo, difundirlo, distribuirlo, comercializarlo antes de realizar la solicitud.

Aplicación Industrial. – Debe ser reproducible.

3.5. Patentes farmacéuticas

El Acuerdo ADPIC ha supuesto una progresiva armonización de los regímenes de propiedad industrial e intelectual en todo el mundo. Esta evolución fomenta la investigación y el desarrollo, generando nuevos conocimientos e innovaciones.

En el ámbito de los medicamentos, la introducción de la **patente de producto** ha aumentado de forma notable el desarrollo y la innovación, fortaleciendo el sector y motivando a las empresas a seguir innovando.

La protección de los derechos de propiedad industrial en este ámbito es **condición esencial para asegurar la continuidad de la innovación**, lo que beneficiaría a los ciudadanos en todo el mundo. Sin embargo, los países en desarrollo y las organizaciones pro-acceso a los medicamentos se oponen a estos refuerzos, porque afirman que elevan los precios y restringen el acceso a medicamentos, especialmente a países de rentas más bajas.⁵

Como se ha indicado anteriormente, Bolivia aplica la Decisión 486, la cual regula los aspectos de la propiedad industrial y adecua la legislación de los países signatarios a los requerimientos de la ADPIC. Esta decisión permite la protección de las patentes de los medicamentos.

Asimismo, el Decreto Supremo núm. 29004 declara que *“uno de los principios fundamentales es el Derecho a la Salud, en cumplimiento a los acuerdos internacionales como el Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales; el Acuerdo sobre Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio – ADPIC; y la Declaración de Doha sobre ADPIC y Salud Pública de la Organización Mundial del Comercio – OMC, donde se afirma que el Acuerdo ADPIC debe ser interpretado y aplicado de modo que proteja la salud pública y promueva el acceso a todos los medicamentos”* y, por ende, este Decreto tiene por objeto establecer una **Anuencia Previa** en un **procedimiento de solicitud de patente de productos y / o proceso de invención farmacéutica**.

La Anuencia Previa es el mecanismo concreto que establece si el contenido y el alcance de lo que se desea proteger mediante la patente solicitada no interfiere con el derecho a la salud y al acceso a los medicamentos.

Así pues, la concesión de patente de invención farmacéutica dependerá de la Anuencia Previa expedida por la Unidad de Medicamentos y Tecnología en Salud (UNIMED).

El proceso se llevará a cabo por las siguientes entidades competentes:

- El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (SENAPI), el cual se encarga del análisis de los requisitos para el otorgamiento de patentes (novedad, actividad inventiva y aplicación industrial) y del procedimiento de registro. El SENAPI, previo otorgamiento de una patente de invención en este ámbito remitirá el trámite respectivo a UNIMED.

⁵ “Modificación al Art. 51 Del Reglamento de Procedimiento Interno de Propiedad Industrial y Observancia del SENAPI respecto al registro de patentes de invención farmacéutica” - Iver Apaza Vargas.

- La Unidad de Medicamentos y Tecnología (UNIMED), la cual emitirá la Anuencia Previa frente a una solicitud de patente de invención farmacéutica. Cuando el resultado sea positivo, UNIMED deberá remitir al SENAPI la solicitud de patente, fundamentando el resultado. Si en caso contrario, el resultado fuera negativo, UNIMED deberá remitir la solicitud, fundamentando la negación de la misma y documentándola.

El Decreto Supremo núm. 29004 establece que el Ministerio de Salud y Deportes debe elaborar y aprobar en un plazo de noventa (90) días, a partir de la publicación del Decreto Supremo, la normativa complementaria necesaria para la aplicación de la presente norma.

No obstante, el Decreto Supremo fue publicado en enero de 2007 y aún no ha sido desarrollada la normativa complementaria.

3.6. Dudas frecuentes

3.6.1. Proceso de registro: requisitos formales para patente de invención y modelo de utilidad

Antes de la solicitud de registro, ha de tenerse en cuenta que el servicio de “Búsqueda en invenciones y nuevas tecnologías” consiste en brindar información al usuario sobre aquellas solicitudes, patentes y registros que se encuentran en la base de datos del Sistema informático “LURAÑA” del área de Patentes.

No se brinda información a nivel mundial, **únicamente información** que contiene el sistema “LURAÑA”, es decir, sólo **aquellas solicitudes que ingresaron a oficinas del SENAPI**.

Para la solicitud del registro de patentes, es necesario lo siguiente:

- 1) Presentar tres ejemplares del formulario de solicitud de patente de invención o formulario de patente de modelo de utilidad.
- 2) Memoria descriptiva (descripción, dibujos, reivindicaciones y resumen) de la invención o del modelo de utilidad.
- 3) Solicitud nacional: fotocopia de carné de identidad del solicitante.
- 4) Recibos oficiales de los depósitos efectuados por:
 - Pago de solicitud de Patente a la cuenta fiscal del SENAPI Banco Unión N.º Cta. r-4668220.
 - Pago de anualidad a la cuenta fiscal del SENAPI Banco Unión N.º. Cta. r- 4668220.
 - Pago de publicación a la cuenta fiscal de la Gaceta Oficial de Bolivia Banco Unión N.º Cta. r-293633 (con copia simple).
- 5) Carta o memorial de solicitud dirigido a la Dirección de Propiedad Industrial del SENAPI;

La solicitud además debe contener los siguientes documentos, los cuales pueden ser presentados posteriormente, **sin que afecte la fecha de presentación**:

- a) Formato electrónico (CD).
- b) Documento de prioridad en idioma original y su respectiva traducción al español.
- c) Documento de cesión de derechos (del inventor al solicitante). Para solicitudes internacionales debe ser legalizado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y para solicitudes nacionales debe ser protocolizado por un Notario de Fe Pública.
- d) Testimonio de Poder debidamente protocolizado ante un Notario de Fe Pública, si la solicitud fuera presentada por terceras personas.
- e) De ser el caso, la copia del contrato de acceso, cuando los productos o procedimientos cuya patente se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de recursos genéticos o de sus productos derivados de los que cualquiera de los países miembros es país de origen.
- f) De ser el caso, la copia del documento que acredite la licencia o autorización de uso de los conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas, afroamericanas o locales de los países miembros, cuando los productos o procedimientos cuya protección se solicita han sido obtenidos o desarrollados a partir de dichos conocimientos de los que cualquiera de los países miembros es país de origen.
- g) De ser el caso, el certificado de depósito del material biológico.

Las solicitudes de patentes de invención deberán ser presentadas ante el SENAPI en *folder* amarillo tamaño oficio o archivador de palanca lomo alto (si fuese necesario) debidamente foliado en la parte superior izquierda de cada hoja empezando con el numeral 1 hasta el número correlativo correspondiente en la última hoja.

El titular de una solicitud de patente de invención o patente de modelo de utilidad debe cumplir con el pago de las anualidades, desde la presentación de la solicitud hasta la vigencia del derecho concedido y durante el trámite de la solicitud, de lo contrario la patente será declarada caducada.

3.6.2. Qué no se considera una invención

Según el artículo 15 de la Decisión 486 de la CAN, no se considera una invención:

- a) los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos;
- b) el todo o parte de seres vivos tal como se encuentran en la naturaleza, los procesos biológicos naturales, el material biológico existente en la naturaleza o aquel que pueda ser aislado, inclusive genoma o germoplasma de cualquier ser vivo natural;
- c) las obras literarias y artísticas o cualquier otra protegida por el derecho de autor;
- d) los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, juegos o actividades económico-comerciales;
- e) los programas de ordenadores o el soporte lógico, como tales; y,

- f) las formas de presentar información.

3.6.3. Invenciones no patentables

Por otra parte, pudiendo ser una invención, y de conformidad con el artículo 20 de la Decisión 486, no serán patentables:

- 1) Las invenciones cuya explotación comercial en el territorio del país deba impedirse necesariamente para **proteger el orden público o la moral**.
- 2) Las invenciones cuya explotación comercial deba impedirse necesariamente para **proteger la salud o la vida de las personas o de los animales, o para preservar los vegetales o el medio ambiente**.
- 3) **Las plantas, los animales y los procedimientos esencialmente biológicos** para la producción de plantas o animales que no sean procedimientos no biológicos o microbiológicos.
- 4) Los **métodos terapéuticos o quirúrgicos para el tratamiento humano o animal**, así como los métodos de diagnóstico aplicados a los seres humanos o a animales.

3.6.4. Precios públicos

PRECIOS PÚBLICOS PARA PATENTES

En bolivianos

	Persona natural y / o jurídica	
	Nacional	Extranjera
Búsqueda en invenciones y nuevas tecnologías	100	200
Solicitud de búsqueda de invenciones	100	200
Solicitud de patente de invención	400	800
Solicitud de modelo de utilidad	350	700
Solicitud de diseño industrial	300	600
Solicitud examen de fondo	500	1.000



Publicación en la <i>Gaceta Oficial de Bolivia</i>	200	400
Anualidad de patente*	500	1.000

*El pago de anualidad debe realizarse cada año de acuerdo con las fechas establecidas.

Fuente: elaboración propia.



4. Propiedad Intelectual: Derechos de autor

La propiedad intelectual es la rama del derecho que protege todas las obras, sean literarias, artísticas y / o científicas, que son producto de la creatividad y el ingenio humano.

A nivel internacional, el **Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, adoptado por Bolivia en 1993**, trata la protección de las obras y los derechos de los autores. Se fundamenta en tres principios básicos y contiene una serie de disposiciones que determinan la protección mínima que ha de conferirse.

A nivel supranacional, la Comunidad Andina estableció la **Decisión 351 sobre el Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos**.

La normativa nacional se encuentra recogida en la **Ley núm. 1322**, del 13 de abril de 1992, Derecho de Autor.

El Derecho de Autor otorga protección a las creaciones originales expresadas a través de los géneros literario, artístico y / o científico; tiene por objeto las creaciones o manifestaciones del espíritu expresadas de manera que puedan ser percibidas.

Por otra parte, los Derechos Conexos son los derechos que protegen los intereses legales de personas naturales y jurídicas, que, sin ser autores, son también titulares de derechos por contribuir a que las obras se encuentren a disposición del público. Se reconocen los Derechos Conexos a:

- Artistas intérpretes o ejecutantes que realizan interpretaciones y ejecuciones (actores, músicos, cantantes, bailarines, es decir, artistas en general).
- Productores de fonogramas respecto de sus grabaciones (personas naturales y / o jurídicas que producen y graban, discos).
- Organismos de radiodifusión y televisión (personas naturales y / o jurídicas que difunden sus programas de radio y de televisión).

A su vez, ha de tenerse presente que el derecho de autor se divide en:

- **Derechos morales:** son aquellos que reconocen el vínculo entre el autor y su obra. Son derechos inalienables, intransferibles, irrenunciables e imprescriptibles. El autor tiene el derecho de:
 - a) Conservar la obra inédita o divulgarla;

- b) Reivindicar la paternidad de la obra en cualquier momento; y,
 - c) Oponerse a toda deformación, mutilación o modificación que atente contra el decoro de la obra o la reputación del autor.
 - d) El autor tiene el derecho a conservar la obra inédita o anónima y a oponerse a alteraciones de la misma.
- **Derechos patrimoniales:** permiten a los titulares de derechos percibir una retribución económica por que terceros utilicen sus obras. A diferencia de los morales, estos son enajenables y con duración limitada.

En Bolivia, la protección al autor se extiende **durante toda su vida y 50 años después** de su muerte.⁶

4.1. Marco normativo

La protección del derecho de autor es automática y no depende de registro alguno, la obra queda protegida automáticamente dentro de los estados firmantes del Convenio desde el momento de su creación. Sin embargo, para obtener mayor seguridad jurídica sobre la misma, se aconseja realizar el registro en la Dirección de Derecho de Autor y Derechos Conexos del SENAPI, que se constituye en la única oficina nacional competente para declarar autor y / o titular de la obra, a través de una resolución administrativa.

4.2. Proceso

4.2.1. Requisitos formales para tramitación

Según lo dispuesto en la página web del SENAPI, la **duración del trámite** será de 5 días hábiles y deberá contener la siguiente información:

1. Memorial o carta dirigida a la Dirección de Derecho de Autor y Derechos Conexos, con referencia al registro de obra que se pretenda registrar, señalando el título de la misma (adjuntar copia para su constancia).
2. Fotocopia de la cédula de identidad del o los solicitantes, autores y titulares.
3. Rellenar e imprimir el formulario de solicitud de registro de derecho de autor que se encuentra en la página web de la institución www.SENAPI.gob.bo :
 - Datos de la obra.
 - Datos del autor o autores.

⁶ Las autoridades bolivianas han manifestado la intención de realizar un proyecto de ley para extender la protección hasta 70 años después de su muerte.



- Datos del titular.
- Datos del solicitante del trámite de registro.

4. Comprobante de depósito bancario a la cuenta fiscal del SENAPI.

PRECIOS PÚBLICOS REGISTRO PROPIEDAD INTELECTUAL

En bolivianos

Tipo de obra	Persona natural y / o jurídica	
	Nacional	Extranjera
Registro de tesis	100	200
Registro de libros	200	400
Registro de folletos y otras obras	50	100
Obras artísticas (musicales, dramáticas, coreográficas, pintura, dibujo, artísticas, escénicas, fonogramas, audiovisuales).	100	200
Obras cinematográficas	150	300
Programas de ordenador	150	300
Contratos y otros actos	50	100
Autorización de funcionamiento de Sociedad Colectivas	1.000	-
Autorización anual de Sociedades Colectivas	480	-

Fuente: elaboración propia.

5. Comprobante de depósito bancario a nombre de la *Gaceta Oficial de Bolivia*, por concepto de publicación de la solicitud de registro.

	Nacional	Extranjera
Publicación en Gaceta Oficial de Bolivia	60	120



REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA CADA TIPO DE OBRA

Obras literarias	Dos ejemplares de la obra.
Obras artísticas	Una muestra de la obra: si fuera ejemplar único se debe adjuntar una y / o tantas fotografías como sean necesarias para identificarla.
Obras escénicas	Ejemplar del extracto o resumen, indicando su género, duración y fotografías o videos de puesta en escena.
Obras musicales	Soporte que contenga la obra y la letra si la tuviese.
Fonogramas	Soporte que contenga la obra objeto.
Obras audiovisuales	Obra en cualquier soporte ejecutable.
Programas de ordenador	<ul style="list-style-type: none">- Copia ejecutable del programa.- Programa del ordenador.- Descripción del programa.- Material auxiliar.- Si es aplicación web: adjuntar video demostrativo y / o lenguaje de programación.
Contratos y demás actos relacionados con el derecho de autor y los derechos conexos	Contrato en original o fotocopia legalizada del mismo, con el debido reconocimiento de firmas.

Fuente: elaboración propia.

Los pasos que seguir para la protección de la obra son:

Paso 1: Registrarse en el sistema web del SENAPI.

Paso 2: Reunir y revisar los documentos requeridos para el trámite específico.

Paso 3: Rellenar e imprimir el formulario de solicitud.⁷

Paso 4: Realizar depósito en el Banco Unión.

Paso 5: Entregar todo en ventanilla única o enviarlo por *e-mail*.

Paso 6: Recoger la resolución administrativa.

⁷ Consulta de e-mails: <https://dda.SENAPI.gob.bo/dan/>

5. Indicaciones geográficas

La indicación geográfica es un signo que identifica un producto como originario de un territorio, de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada **calidad, reputación, y otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico**. Esta figura jurídica es preexistente, es decir, la característica y / o calidad existen antes de su reconocimiento.

Las indicaciones geográficas se clasifican en:

- **Indicaciones geográficas de procedencia (IGP)**: esta figura da información sobre el lugar en el que el correspondiente producto ha sido extraído, producido, cultivado o elaborado.
- **Denominaciones de origen (DO)**: signo que reconoce la calidad o características de un producto por su entorno (tierra, agua, clima), pero también por la técnica o experiencia de sus productos.

Las denominaciones de origen son signos distintivos que mejoran los ingresos económicos de los productores, impidiendo la competencia desleal en el mercado y garantizando una calidad o características. Mediante una denominación de origen se **identifica** a los **productores**, la **zona, área o región** y el **proceso de producción**.

Las ventajas que se obtienen a través de la protección de una denominación de origen son muy variadas. Por ejemplo, el producto gozará de reputación ante los ojos de los consumidores, la calidad en la mayoría de las ocasiones se vincula al origen; que influye en la percepción que el cliente tiene sobre el valor del producto y la creación de confianza. Además, el producto tiene un valor agregado el cual adquiere en el proceso productivo, que se ve reflejado en el precio.

Asimismo, cumple una función sociológica, siendo una figura de calidad. No solo se reflejará en poder vender más y mejor, sino en un saber hacer, en una cultura y conocimiento, además de en una relación territorio-producto.

La denominación de origen refuerza la marca y las buenas prácticas de distribución del producto, colocándolo en nichos de mercados exclusivos.

En Bolivia el reconocimiento de denominaciones de origen o indicaciones geográficas funciona por medio de las **homologaciones**, es decir, reconoce por medio de esta figura las denominaciones de otros países y le son reconocidas las suyas.

5.1. Marco normativo

El marco normativo de las denominaciones de origen está constituido por Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Según el artículo 201 de la Decisión, la denominación de origen es una **indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado**, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya **calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico** en el cual se produce, incluidos los **factores naturales y humanos**.

Asimismo, se estipula que la declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales, las **personas naturales o jurídicas** que directamente se dediquen a **la extracción, producción o elaboración del producto o los productos** que se pretendan amparar con la denominación de origen, así como las asociaciones de productores.

Las **autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales** también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.

Por otra parte, la **indicación de procedencia** es un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado (artículo 221).

5.2. Proceso de registro

Tanto las DO como las IGP siguen el mismo procedimiento y, por lo tanto, será durante el proceso cuando la Oficina SENAPI tome la decisión de si se trata de una denominación de origen o de una indicación geográfica atendiendo a sus características.

Únicamente podrán solicitar el registro **los propios productores o sus autoridades**, sea la gobernación o la alcaldía. Asimismo, se debe **constituir un Consejo Regulador**, el cual será la instancia técnica que verificará que todo el proceso de producción y el producto final siempre mantengan la calidad.

Para la solicitud, se necesitan estudios técnicos y de laboratorio que certifiquen que el producto tiene reputación, historia y componentes del entorno (agua, suelo, clima) que le dan una característica especial.

La solicitud de declaración de protección de una Denominación de Origen se hará por escrito ante el SENAPI debiendo presentarse:

1. Formulario PI-100.
2. Una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la Denominación de Origen.
3. Los productos designados por la Denominación de Origen.
4. La zona geográfica delimitada por la producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la Denominación de Origen.
5. La Denominación de Origen objeto de la declaración.
6. Nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés.

Para acreditar el requisito número 2, será necesario:

- Lugar geográfico:
 - Mapas con la descripción geográfica de la zona protegida.
 - Estudios del suelo, de las características del clima, de la tierra, de la zona donde se produce el producto con la denominación de origen que se protegerá.
 - Otros documentos referidos a estudios del ambiente geográfico que se requieran.
- Producto:
 - Descripción actualizada de las características del producto a proteger, que puede consistir en estudios taxonómicos, bromatológicos, genéticos y otros según el tipo de producto.
 - Descripción de los elementos diferenciales que permiten compararlo con otros productos que no tiene tales características, ya sea por ser diferente especie o por las condiciones geográficas.
 - Otros, que considere convenientes el o los interesados.

Es necesario incluir la certificación de las características del producto que se pretende distinguir conforme a norma técnica u otro documento idóneo. Esta debe ser expedida por una entidad u organismo autorizado, ya sea privado o estatal, que tengan la competencia de emitir estas certificaciones.

El SENAPI podrá ordenar la práctica de una visita técnica de inspección por parte de funcionarios de la Dirección de Propiedad Industrial, con el fin de verificar las calidades y características del (los) producto(s) que se pretende(n) amparar con la denominación de origen y su vínculo con el territorio, así como el legítimo interés y las condiciones que demuestran la representatividad de los beneficiarios.



PRECIOS PÚBLICOS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

En bolivianos

Declaración de una Denominación de Origen	500	
Reconocimiento de protección de Denominación de Origen para países miembros de la CAN	1.000	
Reconocimiento de protección de Denominación de Origen para países no miembros de la CAN	2.000	
	Nacional	Extranjero
Publicación <i>Gaceta Oficial de Bolivia</i>	255	510

Fuente: elaboración propia.



6. De interés

6.1. Prevención en ferias y exposiciones

El registro preventivo es vital para proteger los activos intangibles, por ello, la exposición de invenciones, nueva tecnología, productos o diseños nuevos en una feria, ya sea nacional o internacional, supone un riesgo para estos activos.

Por ende, igual que se prepara y se detalla la exhibición de los productos en las ferias, debe existir una preparación anterior tendente a la protección de los activos más importantes.

El solo hecho de no prestarle la debida atención a esto, puede acarrear la pérdida de los derechos y la falsificación de los productos.

Cabe mencionar que muchas empresas son víctimas de los comúnmente llamados “**secuestros de marcas**” (en Bolivia conocidos como “cazadores de marcas”). Esto se produce cuando un tercero registra una marca que no se encuentra registrada por su posible legítimo propietario. Cuando han logrado el registro, es el mismo tercero quien comenzará una negociación económica con el legítimo propietario para devolverle la marca.

Las ferias son un lugar estratégico para estos secuestradores de marcas y / o patentes, pues las ferias se han convertido en un muestrario de las nuevas tecnologías y nuevos productos.

6.2. Secreto comercial

Un secreto comercial es cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica legítimamente posea y que es usada en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero.

Según el artículo 260 de la Decisión 486 CAN, la información debe ser:

- a) Secreta, es decir, que no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible por quienes se encuentran en los círculos que normalmente manejan la información respectiva;
- b) Tenga un valor comercial por ser secreta; y
- c) Haya sido objeto de medidas razonables tomadas por su legítimo poseedor para mantenerla secreta.

El secreto empresarial estará protegido, siempre y cuando, existan estas condiciones mencionadas.

¿Qué no es un secreto empresarial? Toda aquella información que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial. No se considerará que entra al dominio público o que es divulgada por disposición legal, aquella información que sea proporcionada a cualquier autoridad por una persona que la posea, cuando la proporcione a efecto de obtener licencias, permisos, autorizaciones, registros o cualesquiera otros actos de autoridad.

Un secreto empresarial se considerará adquirido por medios contrarios a los usos comerciales honestos cuando la adquisición resultará, entre otros, del espionaje industrial, el incumplimiento de un contrato u otra obligación, el abuso de confianza, la infidencia, el incumplimiento de un deber de lealtad, o la instigación a realizar cualquiera de estos actos.

Mención especial merece el tratamiento de los secretos comerciales de los **productos farmacéuticos o de los productos químicos agrícolas**. En base al artículo 266 de la Decisión 486: cuando se exija la presentación de datos de pruebas u otros no divulgados cuya elaboración suponga un esfuerzo considerable como condición para aprobar la comercialización de estos productos a nuevas entidades químicas, se deberán **proteger esos datos contra todo uso comercial desleal**. Además, los Países Miembros **protegerán esos datos contra toda divulgación, excepto cuando sea necesario para proteger al público**, o salvo que se adopten medidas para garantizar la protección de los datos, contra todo uso comercial desleal.

6.3. Licencia y compraventa

Cualquier derecho de propiedad industrial e intelectual puede ser cedido o explotado por un tercero con el previo consentimiento del titular del derecho.

Se trata de derechos patrimoniales, que pueden ser objeto de diferentes negocios jurídicos, a pesar de ser un activo inmaterial. Pueden transmitirse, darse en garantía o ser objeto de derechos reales con independencia de la transmisión de la totalidad o parte de la empresa, por ejemplo.

Las transferencias deberán hacerse inscribir en la Oficina de Propiedad Industrial, y para que puedan surtir efectos contra terceros. Se expedirá un certificado en favor del transferido.

Por ejemplo, un registro de marca concedido o en trámite de registro podrá ser transferido por acto entre vivos o por vía sucesoria, con o sin la empresa a la cual pertenece. Todo acto de transferencia deberá registrarse ante el SENAPI. La **falta de registro** ocasionará que la transferencia **no surta efectos frente a terceros**.

El **titular** –licenciante– de una marca registrada o en trámite de registro podrá **licenciar a uno o más terceros** –licenciarios– **para la explotación** de la marca respectiva.

6.3.1. Licencias obligatorias

Cuando una patente ha sido concedida y vence el plazo de tres años contados a partir de su concesión, o de cuatro años contados a partir de la solicitud de la misma, el que resulte mayor, el SENAPI, **a solicitud de cualquier interesado**, otorgará una **licencia obligatoria** principalmente para la producción industrial del producto objeto de la patente o el uso integral del procedimiento patentado, sólo si en el momento de su petición la patente no se hubiere explotado en los términos establecidos en la Decisión 486⁸, en el País Miembro donde se solicite la licencia, o si la explotación de la invención hubiere estado suspendida por más de un año.

La **licencia obligatoria no será concedida** si el titular de la patente **justifica su inacción con excusas legítimas**, incluyendo razones de **fuerza mayor o caso fortuito**, de acuerdo con las normas internas de cada País Miembro.

Asimismo, sólo se concederá licencia obligatoria cuando quien la solicite hubiere intentado previamente obtener una licencia contractual del titular de la patente, en términos y condiciones comerciales razonables y este intento no hubiere tenido efectos en un plazo prudencial.

El SENAPI establecerá el alcance o extensión de la licencia, especificando en particular, el período por el cual se concede, el objeto de la licencia, el monto y las condiciones de la compensación económica. Esta compensación deberá ser adecuada, según las circunstancias propias de cada caso, considerando en especial el valor económico de la autorización.

Por otro lado, si existieran razones de interés público, de emergencia, o de seguridad nacional y sólo mientras estas razones permanezcan, en cualquier momento se podrá someter la patente a licencia obligatoria, previa declaratoria del país. En tal caso, el SENAPI otorgará las licencias que se le soliciten. El titular de la patente objeto de la licencia será notificado cuando sea razonablemente posible. De nuevo, la oficina establecerá el alcance o extensión de la licencia obligatoria, especificando en particular, el período por el cual se concede, el objeto de la licencia, el monto y las condiciones de la compensación económica.

La concesión de una licencia obligatoria por razones de interés público nunca menoscabará el derecho del titular de la patente a seguir explotándola.

Las licencias obligatorias están sujetas a lo siguiente:

- a) **no serán exclusivas** y **no** podrán concederse **sublicencias**;
- b) sólo **podrán transferirse con la parte de la empresa o de su activo intangible que permite su explotación industrial**, debiendo constar por escrito y registrarse ante la oficina nacional competente. Caso contrario, no surtirá efectos legales;

⁸ Artículos 59 y 60.

- c) podrán **revocarse**, a reserva de la protección adecuada de los intereses legítimos de las personas que han recibido autorización para las mismas, **si las circunstancias que les dieron origen han desaparecido** y no es probable que vuelvan a surgir;
- d) el **alcance y la duración** se **limitarán** en función de los fines para los que se concedieran;
- e) tratándose de patentes de invención que protegen **tecnología de semiconductores**, la licencia obligatoria sólo se autorizará para un **uso público no comercial o para remediar o rectificar una práctica declarada contraria a la libre competencia**.
- f) contemplará una **remuneración adecuada** según las circunstancias de cada caso, habida cuenta del valor económico; y,
- g) los usos sean para **abastecer principalmente el mercado interno**.

6.4. Situación actual de la Propiedad Industrial en Bolivia

Con el paso de los años, el sector se ha desarrollado buscando su difusión entre la población, especialmente entre los más jóvenes.

Según datos del SENAPI, las solicitudes tanto de propiedad industrial como de propiedad intelectual han aumentado en los últimos años. La mayoría de estas son presentadas por solicitantes extranjeros. Sin embargo, también se ha apreciado un aumento de los solicitantes nacionales, quienes están cada vez más concienciados con la importancia de estos derechos.

REGISTROS OTORGADOS

	2020	2021
TOTAL	4.543	9.403

Fuente: estadísticas SENAPI.

Por otra parte, el SENAPI está llevando a cabo diferentes acciones en varios sectores⁹ con el objetivo de difundir y concienciar. Además, se están desarrollando proyectos con las universidades públicas (Universidad Autónoma Gabriel Rene Moreno en Santa Cruz¹⁰, Universidad Mayor de San Simón en Cochabamba¹¹ y Universidad Mayor de San Andrés en La Paz¹²) y las universidades

⁹ Disponible en: <https://www.senapi.gob.bo/prensa/notas>

¹⁰ Disponible en: <https://www.senapi.gob.bo/prensa/notas/senapi-en-la-universidad-autonoma-gabriel-rene-moreno>

¹¹ Disponible en: <https://www.senapi.gob.bo/index.php/prensa/notas/senapi-capacita-docentes-e-investigadores-de-umss-para-el-registro-de-patentes>

¹² Disponible en: <https://www.senapi.gob.bo/prensa/notas/senapi-dicta-seminario-estudiantes-e-investigadores-de-la-carrera-de-derecho-de-la-umsa>

privadas.¹³ Su propósito es incentivar la innovación y la protección de estos derechos en las carreras técnicas ofrecidas en las universidades.

Durante la gestión de 2021, la Oficina SENAPI ha llevado a cabo diferentes actividades y campañas, consiguiendo los siguientes logros¹⁴:

- Más de 4.700 personas participaron en diferentes actividades de formación y difusión.
- Las redes sociales tuvieron un crecimiento sostenido importante en cuanto a los seguidores orgánicos, lo cual significa un mayor alcance de mensajes difundidos por parte del SENAPI.
- Se realizaron seis campañas de difusión con medios de comunicación masivos y de forma virtual en medios de comunicación con gran alcance nacional como Bolivia TV, ATB Radio, Radio Éxito, Red Patria Nueva y otros.
- La Oficina SENAPI participó en más de 17 ferias presenciales y virtuales de alto impacto como puede ser la EXPOCRUZ, Feria Internacional del Libro Santa Cruz, Feria Internacional del Libro de La Paz y FEICOBOL.
- Mayor presencia en medios de comunicación masivos a través de entrevistas, coberturas y unidades móviles.
- Se realizó, por primera vez, la actividad denominada “Las 15 Obras de Mi Vida” en conmemoración del 26 de abril, día de la Propiedad Intelectual. El objetivo era reconocer el trabajo de reconocidos compositores bolivianos con más de 30 años de trayectoria, posicionando el valor de los creadores y la propiedad intelectual.
- Se elaboraron más de 35 materiales institucionales informativos y de promoción para difundir los servicios del SENAPI y posicionar la imagen institucional.

El SENAPI, por medio de sus diversas acciones, apuesta por la difusión y la concienciación entre la población. Su objetivo primordial es mostrar la importancia del registro de manera que el ciudadano sea consciente de los beneficios que puede obtener por medio de la propiedad industrial e Intelectual.

No obstante, a pesar de la predisposición de la Oficina SENAPI y los actos desarrollados por la misma, todavía **queda un gran trabajo de concienciación por delante para evitar las falsificaciones en el país.**

¹³ Disponible en:

<https://www.senapi.gob.bo/index.php/prensa/notas/senapi-dicta-taller-sobre-propiedad-intelectual-docentes-y-universitarios-de-la-upb>

¹⁴ Memoria Anual 2021, SENAPI.

7. Anexos

7.1. Fuentes

7.1.1. Legislación

Nacional

- Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, 7 de febrero de 2009.
- Ley de Privilegios Industriales, 2 de diciembre de 1916.
- Ley general sobre marcas y registros industriales y comerciales, 15 de enero del 1918.
- Ley N.º 1322 de Derecho de Autor, 13 de abril del 1992.
- Ley N.º 1788 de Creación del SENAPI, 16 de septiembre de 1997.
- Ley N.º 1334 de Denominación de Origen, 4 de mayo de 1992.
- D.S. N.º 23907 - Reglamento Ley 1322 de Derecho de Autor, 7 de diciembre de 1994.
- D.S. N.º 27938 de Organización y funcionamiento del SENAPI, 20 diciembre de 2004.
- D.S. N.º 28152 - Modificación al D.S. 27938, 17 de mayo de 2005.
- Reglamento de Procedimiento Interno de Propiedad industrial 017/2015, 16 de junio de 2015.
- Reglamento de procedimiento interno de las acciones por Infracciones 019/2016, 17 de junio de 2016.
- D.S. N.º 29004 - Anuencia previa en un procedimiento de solicitud de patente de producto y / o proceso de invención farmacéutica, 9 de enero del 2007.

Decisiones de la Comunidad Andina

- Decisión 486: Régimen Común de la Propiedad Industrial.
- Decisión 351: Régimen Común de Derecho de Autor y Derechos Conexos.

Convenios internacionales

- Convenio de París de 1883 - Protección a la Propiedad Industrial.
- Convenio de Roma de 1961 - Protección a los artistas, intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión.
- Convenio de Berna de 1886 - Protección de las obras literarias y artísticas.
- Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

7.1.2. Bibliografía

- “Modificación al Art. 51 Del Reglamento De Procedimiento Interno De Propiedad Industrial Y Observancia Del SENAPI respecto al registro de patentes de invención farmacéutica” - Iver Apaza Vargas.
Disponible en: <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/21867/TD-4116.pdf?sequence=1>
- *Memoria Anual 2021*, SENAPI.
Disponible en: <https://www.senapi.gob.bo/sites/default/files/senapi/memoria/LIBRO%20MEMORIA%20SENAPI%207.0%20FINAL.pdf>

7.1.3. Fuentes primarias

Reunión del 10 de noviembre de 2022, en la oficina central del SENAPI en La Paz con:

- Freddy Cayo Arozamen - Director de Propiedad Industrial.
- Roberto Ilich García Herrera - Director de Asuntos Jurídicos.
- Carlos Alberto Soruco Arroyo - Director de Derecho de Autor y Derechos Conexos
- Angélica Miranda Antezana - Responsable de oposiciones.
- Cecilia Torrez Tola - Responsable de patentes.

7.2. Tiempo estimado para concesiones

Patente	3 años
Modelo de Utilidad	1 año y medio
Diseños	1 año
Derechos de Autor	5 días hábiles

* Tiempo mínimo estimado, siempre y cuando no exista ninguna subsanación, oposición y / o modificación.

Fuente: elaboración propia.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones