



**UNIVERSIDAD  
ESTATAL  
DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA,  
CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y  
POLÍTICAS**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del Título de Abogado de los

Tribunales y Juzgados de la República

**TÍTULO**

LA PROTECCIÓN LEGAL DE LA MARCA EL SALINERITO EN LA PARROQUIA  
SALINAS CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLÍVAR.

**AUTOR**

DANIEL ALEXIS GAVILANES YÁNEZ

**CARRERA**

DERECHO

**TUTOR**

DRA. ANA DIDIAN GONZÁLEZ ALBERTERIS

**GUARANDA – ECUADOR**

**2022**

## CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN

En mi calidad de Tutor/A del Trabajo de Integración Curricular, presentado por Daniel Alexis Gavilanes Yáñez, para optar por el Grado de Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República; cuyo título es: La Protección Legal de la marca El Salinerito en la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia Bolívar, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



---

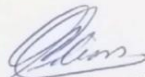
TUTOR/A

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ana Didían Gonzáles Alberteris, en calidad de Tutor/A del Trabajo de Integración Curricular, designado por disposición de Consejo, bajo juramento CERTIFICO: que el señor: Daniel Alexis Gavilanes Yáñez, egresado de la Universidad Estatal de Bolívar, Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas, Escuela de Derecho, ha cumplido con su trabajo de grado previo a la obtención del título de Abogado de los Tribunales y Jugados de la República; con el tema: **“La Protección Legal de la marca El Salinerito en la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia Bolívar”** mismo que ha cumplido con todos los requerimientos exigidos por la institución, siendo la misma de su propia autoría, por lo que se aprueba.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada a hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la calificación por parte del jurado respectivo.

Atentamente:




Dra. Ana Didían Gonzáles Alberteris

**Tutor.**

## DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTENTICIDAD DE AUTORÍA

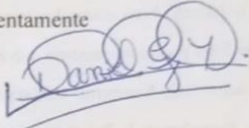
iv

  
NOTARIA TERCERA  
GUARANDA, ECUADOR

**DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTENTICIDAD DE AUTORÍA**

Yo; Daniel Alexis Gavilanes Yáñez, egresado de la carrera de **Abogado** de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, bajo juramento declaro en forma libre y voluntaria que el presente Proyecto, con el tema: **“La Protección Legal de la marca El Salinerito en la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia de Bolívar”** es de mi autoría, así como las expresiones vertidas en la misma, que se ha realizado bajo la recopilación bibliográfica tanto de libros, revistas, publicaciones, así como de artículos de legislación Ecuatoriana para el presente trabajo investigativo.

Atentamente



Daniel Alexis Gavilanes Yáñez

*Notaria Tercera del Cantón Guaranda*  
*Msc. Ab. Henry Rojas Narvaez*  
 Notario

...rio 

Nº ESCRITURA 20220201003P01892

DECLARACION JURAMENTADA

OTORGADA POR:

DANIEL ALEXIS GAVILANES YANEZ

INDETERMINADA

DI: 2 COPIAS L.L.

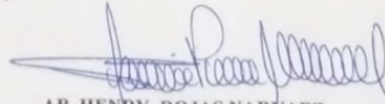
Factura: 001-001-000011892

En la ciudad de Guaranda, capital de la provincia Bolívar, República del Ecuador, hoy día treinta de agosto del dos mil veintidós, ante mi Abogado HENRY ROJAS NARVAEZ, Notario Público Tercero del Cantón Guaranda, comparecen: el señor DANIEL ALEXIS GAVILANES YANEZ soltero, domiciliado en la ciudadela Las Colinas esta ciudad de Guaranda, celular 0982546302, correo electrónico es [gavilanezdaniel61@gmail.com](mailto:gavilanezdaniel61@gmail.com) por sus propios derechos, obligarse a quien de conocerlo doy fe en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación y con su autorización se ha procedido a verificar la información en el Sistema Nacional de Identificación Ciudadana; bien instruidos por mí el Notario con el objeto y resultado de esta escritura pública a la que procede libre y voluntariamente, advertido de la gravedad del juramento y las penas de perjurio, me presenta su declaración Bajo Juramento declara lo siguientes "Previo a la obtención del Título de Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador, manifestó que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado "La Protección Legal de la marca El Salinerito en la parroquia Salinas Cantón Guaranda provincia de Bolívar", es de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor". Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, la misma que la hago para los fines legales pertinentes. HASTA AQUÍ LA DECLARACIÓN JURADA. La misma que elevada a escritura pública con todo su valor legal. Para el otorgamiento de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso, leída que le fue al compareciente por mí el Notario en unidad de acto, aquel se ratifica y firma conmigo de todo lo cual doy Fe.



DANIEL ALEXIS GAVILANES YANEZ

c.c. 0202502209



AB. HENRY ROJAS NARVAEZ

NOTARIO PUBLICO TERCERO DEL CANTON GUARANDA



## **DEDICATORIA**

Dedico sin duda alguna primero a Dios que guía mis pasos y que día a día me ilumina por el camino correcto y así tomar decisiones acertadas que me ha permitido terminar la carrera de la mejor manera, a un ser sublime y especial que es mi ángel guardián Mi Madre que es mi fortaleza y mi inspiración para no claudicar y sobreponerme a las adversidades, todos mis logros son y serán por y para ella, a mis hermanos que me han apoyado en este largo camino.

**Daniel Gavilanes.**

## AGRADECIMIENTO

A mi tutora Dra. Ana Didian González Alberteris por su esfuerzo y dedicación, quien con su voluntad, paciencia, afecto y experiencia en el campo del Derecho supo guiarme en este proceso investigativo. Además por su valiosa amistad y confianza en mi persona.

A la Corporación Grupo Salinas a través de su Coordinador General Ing. Hugo Toalombo y a la Fundación de Organizaciones de Salinas “FUNORSAL” por medio del Ing. Flavio Duran colaborador de la misma, quienes con su amabilidad y generosidad supieron extenderme la mano y facilitarme la información necesaria.

GRACIAS TOTALES!!!!

**Daniel Gavilanes.**

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	iii
DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTENTICIDAD DE AUTORÍA .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE.....	1
ÍNDICE DE FIGURAS .....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE ANEXOS .....	5
CAPÍTULO I - PROBLEMA .....	6
1. TÍTULO.....	6
1.1. Resumen.....	6
1.2. Introducción .....	10
1.3. Planteamiento del Problema.....	11
1.4. Formulación del Problema .....	12
1.5. Hipótesis (Supuesto).....	12
1.6. Variables .....	12
1.6.1. Variable Independiente .....	12



		2
1.6.2.	Variable Dependiente .....	13
1.7.	Objetivos .....	13
1.7.1.	Objetivo General .....	13
1.7.2.	Objetivos Específicos .....	13
1.8.	Justificación.....	13
CAPITULO II – MARCO TEÓRICO.....		16
2.	Marco Teórico.....	16
2.1.	Propiedad Intelectual .....	16
2.1.1.	Clasificación de la Propiedad Intelectual.....	17
2.2.	La Propiedad Industrial.....	18
2.2.1.	El Derecho de la Propiedad Industrial y su Importancia .....	18
2.3.	Marca .....	20
2.3.1.	Definición de la Marca .....	20
2.3.2.	Tipos de Marca.....	21
2.3.3.	Características que Debe Reunir una Marca Para su Registro.....	22
2.3.4.	Beneficios y Derechos que Confiere el Registro de una Marca.....	23
2.3.5.	Procedimiento del Registro de una Marca .....	24
2.3.6.	Acciones Legales Para el uso Indevido de una Marca .....	25
2.4.	Los Derechos Constitucionales y la Importancia del Derecho de Propiedad Intelectual en una Marca .....	30

2.4.1.	Derechos Constitucionales.....	30
2.4.2.	La Importancia de la Propiedad Intelectual en las Marcas .....	32
2.5.	La Propiedad Intelectual en sus Convenios Internacionales .....	34
2.6.	Marco Legal .....	34
2.6.1.	Constitución de la República del Ecuador .....	34
2.6.2.	CONVENIO DE PARIS .....	36
2.6.3.	Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación.....	39
2.6.4.	Código Orgánico Integral Penal .....	46
2.6.5.	Servicio Nacional Derechos Intelectuales - Decreto Ejecutivo 356.....	47
2.6.6.	DECISIÓN 486. Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comisión de la Comunidad Andina .....	48
CAPITULO III – METODOLOGÍA.....		50
3.	Método de la investigación.....	50
3.1.	Tipo de Investigación .....	50
3.2.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	51
3.3.	Criterio de inclusión y criterio de exclusión .....	51
3.4.	Población y muestra.....	51
3.5.	Localización geográfica del estudio .....	51
CAPITULO IV – RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		52

4.	Resultados y Discusión .....	52
4.1.1.	Registro de la marca El Salinerito en el Ecuador .....	52
4.1.2.	Vigencia y renovación de la marca El Salinerito .....	54
4.1.3.	Cesión de derechos de la marca y logotipo “El Salinerito” .....	59
4.1.4.	Derechos y obligaciones inherentes a la marca El Salinerito .....	61
4.2.	Discusión.....	62
CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		64
5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	64
5.1.	Conclusiones .....	64
5.2.	Recomendaciones .....	65
BIBLIOGRAFÍA.....		66
ANEXOS .....		69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Clasificación de marcas de acuerdo el Servicio Nacional de Servicios Intelectuales (SENADI) .....	22
Figura 2 Primer logotipo de la marca El Salinerito.....	54
Figura 3 Segundo logotipo de la marca El Salinerito, adaptándose a los tiempos actuales.	57
Figura 4 Logotipo actualizado de la marca El Salinerito y registrado en su segunda renovación.....	59

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Denominaciones de Clases Internacionales .....	56
--	----

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo I. Autorización de la Corporación Grupo Salinas .....	69
Anexo II. Título del primer registro legal de la marca El Salinerito.....	70
Anexo III. Certificado de renovación de la marca El Salinerito .....	71
Anexo IV. Cesión de Derechos de marca y logotipo “El Salinerito” .....	72
Anexo V. Título de renovación con cambio del titular .....	73
Anexo VI. Fotografía de la visita a la Corporación Grupo Salinas, con el señor Coordinador General Ing. Hugo Toalombo .....	74
Anexo VII. Fotografía de la visita a la Fundación de Organizaciones de Salinas “FUNORSAL” .....	75
Anexo VIII. Fotografía de la visita a la Fundación de Organizaciones de Salinas “FUNORSAL”, con el Ing. Flavio Duran .....	76

## CAPÍTULO I - PROBLEMA

### 1. TÍTULO

La Protección Legal de la marca El Salinerito en la parroquia Salinas cantón Guaranda provincia de Bolívar.

#### 1.1. Resumen

En la actualidad toda marca debe encontrarse protegida legalmente, esta protección legal se obtiene al momento de registrar la marca, con una duración de diez años renovables, con el registro de la marca se otorgan derechos exclusivos sobre la misma a su titular es decir a quien la registra oficialmente ya sea persona natural o jurídica, además que todos los ingresos y beneficios que genere la marca sean exclusivamente del titular quien producto de su mente e intelecto decidió crear la marca y registrarla. Al centrarnos específicamente en la marca el Salinerito por medio de la investigación, se pudo llegar a conocer más de cerca, la importancia del hecho que la marca se encuentre protegida legalmente a su vez que llegamos a conocer cómo surgió la marca El Salinerito e identificar como se ha protegido en el ámbito jurídico y legal, así también como su protección legal a influido en el crecimiento y potenciación de la marca convirtiéndose en una marca embajadora de Salinas de Bolívar convirtiendo a la parroquia en pionera del emprendimiento y desarrollo de la provincia , ya que la marca que ha logrado alcanzar un prestigio tanto local como nacional y en los últimos tiempos a nivel internacional.

La metodología que se aplicó es cualitativa basada en la recolección de características esenciales del objeto de estudio, con un tipo de investigación científica-

jurídica basada y orientada a los conocimientos de leyes y acciones legales. Se pudo observar con el análisis de los documentos que reposan en la Corporación Grupo Salinas que la marca El Salinerito fue registrada se por primera vez en 1994 ante la Dirección Nacional de la Propiedad Industrial, ya en aquel año no existía una Ley de Propiedad Intelectual, en 1998 se expide la Ley de Propiedad Intelectual en el Ecuador la misma que dio vida al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), por lo tanto a partir de la primera renovación de la marca que se llevó a cabo en el año 2004, la misma que se la realizó ya enmarcada en la Ley de Propiedad Intelectual bajo lo establecido en los Artículos 212, 213 conjuntamente con el Reglamento a la Ley y concordante con los Artículos 152 y 153 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones.

**PALABRAS CLAVES:** MARCA/ PROTECCION LEGAL/ PROPIEDAD/  
INDUSTRIAL/ INTELECTUAL

## **Abstrac**

At present, every brand must be legally protected, this legal protection is obtained at the time of registering the brand, with a duration of ten renewable years, with the registration of the brand, exclusive rights are granted over it to its owner, that is, to whom It is officially registered, whether it is a natural person or a legal entity, in addition to all the income and benefits generated by the brand being exclusively the owner who, as a product of his mind and intellect, decided to create the brand and register it. By focusing specifically on the Salinerito brand through research, it was possible to get to know more closely the importance of the fact that the brand is legally protected, in turn we got to know how the Salinerito brand emerged and identify how It has been protected in the legal and legal field, as well as its legal protection has influenced the growth and empowerment of the brand, becoming an ambassador brand Salinas of Bolívar, turning the parish into a pioneer of entrepreneurship and development of the province, since than the brand that has managed to achieve both local and national prestige and in recent times at an international level.

The methodology that was applied is qualitative based on the collection of essential characteristics of the object of study, with a type of scientific-legal research based on and oriented to knowledge of laws and legal actions. It was possible to observe with the analysis of the documents that rest in the Group Salinas Corporation that the El Salinerito brand was registered for the first time in 1994 before the National Directorate of Industrial Property, since in that year there was no Intellectual Property Law, In 1998, the Intellectual Property Law was issued in Ecuador, the same one that gave life to the Ecuadorian Institute of Intellectual Property (IEPI), therefore, from the first renewal of the brand that took place

in the year 2004, the same that was carried out already framed in the Intellectual Property Law under the provisions of Articles 212, 213 together with the Regulations to the Law and in accordance with Articles 152 and 153 of Decision 486 of the Commission of the Andean Community of Nations .

**KEY WORDS:** TRADEMARK/ LEGAL PROTECTION/ PROPERTY/  
INDUSTRIAL/ INTELLECTUAL



## 1.2. Introducción

Al hablar de la Propiedad Intelectual podremos decir que es el producto de la creatividad del ser humano, que gracias a aquello se logra fomentar tanto las invenciones como creaciones, obteniendo un producto o un servicio para beneficiarse y beneficiar, mejorando así la calidad de vida de las personas. El SENADI que anteriormente fue el IEPI pero que mediante decreto ejecutivo 356 emitido por el presidente de la República Lenin Moreno Garcés en el año 2018, paso a ser el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), otorgándole nuevas responsabilidades como, el de precautelar el bien común de la Propiedad Intelectual en el Ecuador, es decir que el SENADI en la actualidad es la entidad encargada de todo lo relacionado a la Propiedad Intelectual específicamente a la protección de los Derechos Intelectuales, velando porque estos no sean vulnerados, al hablar de Propiedad Intelectual nos estamos refiriendo a los Derechos de Autor y Derechos Conexos, la Propiedad Industrial que dentro de otros elementos comprende a las marcas, y sin dejar a un lado a las Obtenciones Vegetales.

Dentro de la temática abordada, existen varias investigaciones en Propiedad Intelectual, en lo que tiene que ver con la Propiedad Industrial queriendo dar soluciones a falencias y vacíos que tienen las marcas, especialmente en lo que al registro de las mismas se refiere. Pero no se conoce con exactitud sobre investigaciones que tengan que ver con la protección legal de marcas, desde un contexto jurídico-científico, de cómo se puede proteger legalmente a una marca así también como las acciones legales que se puede emprender para defender una marca por parte de su titular, todo esto que esta direccionado tanto para emprendedores y futuros emprendedores, empresarios de la parroquia Salinas de

Guaranda como de la provincia en general , lo cual demuestra claramente la novedad del mismo y el nuevo aporte que este ofrece a la sociedad.

El propósito de este trabajo de integración curricular es el de conocer a fondo cómo se encuentra protegida legalmente la marca El Salinerito e identificar si existen conflictos legales por uso indebido o plagio de la marca y a su vez analizar qué acciones se están tomando por parte del titular de la marca.

### **1.3. Planteamiento del Problema**

El ser titular de una marca otorga prestigio y a su vez le otorga derechos sobre ella, pero al mismo tiempo conlleva a su titular a proteger su marca que tanto le costó crear y consolidar dentro del mercado. La marca “El Salinerito” representa la identidad y espíritu de un pueblo emprendedor como es la Parroquia de Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar. Como sabemos la marca El Salinerito con el pasar de los años se ha ido consolidando como una marca eje del desarrollo de la parroquia y pionera de la producción en la provincia, a tal punto que ha llegado a rebasar fronteras y expandirse no solo por el territorio nacional, sino que ha logrado salir al mercado internacional.

El ser una marca muy reconocida local, nacional e internacionalmente, siempre va estar en peligro constante que terceras personas pretendan plagiarla o usarla indebidamente y aprovecharse del prestigio de la marca, que tanto le ha costado para poder posicionarse. El prestigio de una marca se debe al poder de aceptación que ha tenido en el mercado, el usar la marca sin permiso de su titular va a crear varios perjuicios para su creador. Varias son las formas en las que se puede afectar una marca, al mismo tiempo que los riesgos que corre la misma al no estar protegida son reales.

A lo largo de la historia grandes marcas de renombre mundial, se han visto envueltas en conflictos legales, por mencionar en lo que a la moda se trata, han sido habituales los casos de plagio y disputas legales por apropiarse de logos e identificaciones de una marca, el plagiar una marca no solo se centra en que la marca como tal sea plagiada, bien puede tratarse del logo que caracteriza a la marca o algún rasgo en especial como detalles que parezcan pasar desapercibidos pero que en si ya cuentan como plagio o intento de copia, ya que cada logo y distintivo es propio e inconfundible de cada marca. García (2018) manifiesta que uno de los casos más sonados es en la disputa legal que tuvo la marca Tommy Hilfiger reconocida mundialmente, que fue demandada por los dueños de Tolentino Haute Hats una tienda reconocida por sus sombreros y tocados en Sevilla - España, quienes aludieron que Tommy Hilfiger copio su logotipo; así como este caso hay varios que se han dado en todo el mundo, las demandas por plagio a nivel mundial son muy frecuentes.

En consecuencia, con lo expuesto, planteamos la siguiente pregunta:

#### **1.4. Formulación del Problema**

¿Cómo se encuentra protegida, desde el ámbito jurídico y legal, la marca “El Salinerito”, en la Parroquia Salinas perteneciente al cantón Guaranda, provincia de Bolívar?

#### **1.5. Hipótesis (Supuesto)**

La protección legal de la marca El Salinerito evita que pueda ser plagiada o usada indebidamente por terceras personas.

#### **1.6. Variables**

##### ***1.6.1. Variable Independiente***

La protección legal de la marca “El Salinerito”.

### ***1.6.2. Variable Dependiente***

Proteger a la marca “El Salinerito” legal y jurídicamente, para evitar cualquier tipo dolosamente de la creatividad e intelecto de sus inventores.

## **1.7. Objetivos**

### ***1.7.1. Objetivo General***

Analizar desde el punto de vista científico jurídico la protección legal de la marca El Salinerito.

### ***1.7.2. Objetivos Específicos***

- Analizar el registro de la marca El Salinerito en el Derecho de la Propiedad Industrial enmarcada en la ley de Propiedad Intelectual.
- Identificar si existen conflictos legales por uso indebido o plagio de la marca El Salinerito.
- Analizar desde el punto de vista jurídico los beneficios que conlleva el estar registrada la marca El Salinerito.

## **1.8. Justificación**

Las marcas y el impacto que puedan generar los conflictos ocasionados como consecuencia de una disputa por adueñarse del control y manejo de las mismas, obligan a su protección y resguardo. La marca El Salinerito no se encuentra ajena a la posibilidad de que pueda ser plagiada, es una realidad que no se puede descartar debido a que es una marca que se ha consolidado no solo dentro de la provincia de Bolívar, sino que también se ha logrado consolidar en todo el territorio nacional expandiéndose al territorio internacional, por lo tanto el impacto que ha tenido es gigantesco con el pasar de los años,

dicho esto es una marca que no está libre de correr riesgos, he aquí la importancia de la protección legal de la marca “El Salinerito”.

En la actualidad toda marca debe estar protegida legalmente e identificada con su creador, de tal forma que los beneficios derivados de la creación de la misma sean única y exclusivamente de quien la creó producto de su talento e intelecto logrando así los objetivos trazados al momento de crear la marca, sean estos a corto, mediano y largo plazo. De tal forma que proteger una marca genera una seguridad y confianza en su inventor evitando correr riesgos y peligros que puedan afectar al uso de la marca. Al referirnos en concreto a la marca El Salinerito conoceremos más de cerca lo importante de que se encuentre protegida y registrada en la actualidad y sabremos cómo ha influido en su gran desarrollo y potenciación como la gran marca que es hoy en día.

La investigación que se llevará a cabo es viable, puesto que se dispone de los recursos tanto económicos como humanos y de todas las fuentes de información necesarias para poder concretarla. En el aspecto social beneficiará a creadores e innovadores, emprendedores, empresarios, microempresarios de la comunidad Salinas de Guaranda, también de la provincia y de todo el territorio nacional, servirá para generar tranquilidad de todos quienes se benefician directa e indirectamente de la marca, ya que el estar protegida legalmente evitará que ajenos se pretendan beneficiar de todo lo que produce la marca El Salinerito.

El trabajo tendrá una utilidad metodológica ya que podrían desarrollarse futuras investigaciones las cuales podrán llevar metodologías compatibles, de tal forma que se posibilitarán análisis conjuntos, comparaciones entre periodos temporales, concretos y evaluaciones de las intervenciones que se estuvieran llevando a cabo. En el aspecto

disciplinario la investigación pretende contribuir a los estudios que se realizarán a nivel cantonal, provincial y nacional y en particular en la comunidad de Salinas de Guaranda, sobre la importancia de proteger legalmente una marca, como mecanismo de control y resguardo, evitando ser objeto de plagio, además que se encuentre protegida contra posibles intentos de apropiación de una marca que es propia del intelecto y creatividad de sus inventores, así también como elemento esencial para el desarrollo, potencialización y sostenibilidad de la marca.

## CAPITULO II – MARCO TEÓRICO

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Propiedad Intelectual

Al hablar de la Propiedad Intelectual, se nos viene a la mente la propiedad, producto del esfuerzo intelectual y de la creatividad del ser humano ya que el intelecto es propio de cada ser humano, y al relacionarlo con la Propiedad Intelectual como rama del Derecho podemos decir que se trata de las invenciones que han surgido de la mente, el pensamiento y que el derecho trata protegerlas y así ayudarles de esta manera para poder obtener ganancias económicas de forma legal y controlada para mejorar la calidad de vida; lo cual ahí la importancia de la propiedad intelectual.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual señala que: La Propiedad Intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

La importancia de la Propiedad Intelectual se reconoció por vez primera en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883), y en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886). La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) administra ambos tratados (OMPI, s.f.).

Los estados son los responsables de garantizar una legislación para precautelar el bien común de la propiedad intelectual. En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (**SENADI**) es el **organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual** desde el enfoque de: Propiedad

Industrial, derecho de autor y derechos conexos y obtenciones vegetales y conocimientos tradicionales (Encuentro, [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec), s.f.).

Con el Decreto 356, de 03 de abril del 2018, el presidente de la república del Ecuador Lenin Moreno convierte al INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI) en el SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES (SENADI) (Encuentro, s.f.).

### *2.1.1. Clasificación de la Propiedad Intelectual*

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual se clasifica en dos categorías:

**La Propiedad Industrial**, que abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas. **El derecho de autor**, que abarca las obras literarias (por ejemplo, las novelas, los poemas y las obras de teatro), las películas, la música, las obras artísticas (por ejemplo, dibujos, pinturas, fotografías y esculturas) y los diseños arquitectónicos (OMPI, 2016, p 4).

De acuerdo al Art. 1. De la Ley de Propiedad Intelectual y Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual, la cual comprende: **1. Los derechos de autor y derechos conexos. 2. La Propiedad Industrial**, que abarca, entre otros elementos, los siguientes: a. Las invenciones; b. Los dibujos y modelos industriales; c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados; d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales; e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas



comerciales; f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio; g. Los nombres comerciales; h. Las indicaciones geográficas; e, i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial. **3. Las obtenciones vegetales** (Ley de Propiedad Intelectual, 2006, Artículo 1).

## **2.2. La Propiedad Industrial**

Según el Convenio de París-Artículo 1.3:

La Propiedad Industrial se entiende en el sentido más amplio y se aplica no solo a la industria y al comercio propiamente dichos, sino también en la parte de las industrias agrícolas y extractivas de todos los productos fabricados o naturales, por ejemplo: vinos, granos, hojas de tabaco, frutos, animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores, harinas, lácteos, confites (OMPI, 2016, p 5).

Según la OMPI (2016), indica que:

Los objetos de Propiedad Industrial consisten en signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en relación con los productos y servicios disponibles en el mercado. La protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos, que pueda inducir a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a error en general. (p 4)

### ***2.2.1. El Derecho de la Propiedad Industrial y su Importancia***

En el transcurso del tiempo se observa que grandes empresas como son: Nike, Adidas, Puma, Tommy Hilfiger, etc. han tenido sus logos, diseños, modelos los mismos que una vez que han sido creados o empleados por ellos ya no pueden ser objeto de

utilización de otras empresas, ya que el inventor tiene sus derechos en la creación de dichos patrones, por lo que, si cualquier empresa lo llegara a utilizar, el inventor-autor tiene todo el derecho de demandar por el uso indebido y sin autorización.

Alarcón (2012), indica que el Dr. David Bravo manifiesta que la Propiedad Industrial otorga dos tipos de derechos:

En primer lugar, el derecho a utilizar la invención, diseño o signo distintivo, y en segundo lugar el derecho a prohibir que un tercero lo haga. El derecho de prohibir (*Iusprohibendi*) es la parte más destacada de la Propiedad Industrial y permite al titular del derecho el solicitar el pago de una licencia, también llamada regalía o royalty. Posee límites temporales, pues casi todos los derechos de Propiedad Industrial tienen una duración máxima, y territoriales pues sólo tienen validez en el territorio donde se han concedido (normalmente, pero no exclusivamente, un país). El derecho de prohibir también tiene otros límites como son: el agotamiento del derecho, por el cual una vez comercializado con permiso del titular o habiendo cobrado la indemnización no se puede impedir la posterior venta, el uso con fines experimentales y no comerciales (p 34).

Evidentemente cuando el autor de una invención da el permiso respectivo para la comercialización de un determinado producto no puede retractarse de las legalizaciones que ha realizado. Es importante destacar la información que plasma el autor ya que permite la utilización de un determinado producto e invención solo con fines experimentales más no comerciales; de esta manera se está protegiendo los derechos y evitando que terceras personas realicen la comercialización para tener lucros económicos.

## **2.3. Marca**

### ***2.3.1. Definición de la Marca***

La marca es un signo que se presenta en la vida cotidiana de los individuos, en las cosas rutinarias que a veces suele ser ignorado en el momento de adquirir o consumir productos y/o servicios; en la actualidad la marca ya tiene una visión global- social para así poder reconocer, distinguir la empresa, producto o servicio. Cada marca debe optar por el sistema de marcas registradas ya que no se volvería vulnerable para despertar el interés a los infractores o plagistas de marcas, porque una marca no registrada goza de una protección muy limitada. Por lo que para crear una marca su inventor o propietario indispensablemente debe protegerle.

La marca puede ser definida como un signo utilizado para un producto o servicio con el fin de identificar su fuente. Usamos “marca” cuando nos centramos en sus atributos legales, e “imagen de marca” cuando nos referimos a la proyección comercial. Una marca registrada es un signo protegido legalmente. Solo después que la marca empieza a desarrollarse y producir resultados, y se vende bien y tiene buena acogida entre los consumidores, puede generar una imagen de marca y efectos derivados de esa imagen (OMPI, 2019, p 55).

Como definición de Marca según el (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016), indica lo siguiente: “Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado.” (art. 359)

### 2.3.2. *Tipos de Marca*

Encuentro (s.f.), señala que el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) indica los siguientes tipos de marcas:

- **Marca de certificación:** Aquel signo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han cumplido los requisitos que existe para obtener tal certificación.
- **Marca colectiva:** signo adoptado por una asociación de productores, fabricantes, prestadores de servicio, organizaciones o grupo de personas legalmente establecidas que sirve para distinguir los productos o servicios producidos o prestados por los miembros de la asociación.
- **Marca tridimensional:** Aquel signo que ocupa en sí mismo un espacio determinado (alto, ancho y profundo).
- **Nombre Comercial:** Signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica. Dicha actividad se ve representada por un local comercial.
- **Lema Comercial:** Es la frase publicitaria que acompaña a una marca.
- **Denominación de Origen:** Es aquel signo que identifica un producto proveniente de determinada región, y que reúne requisitos específicos como factores humanos y naturales.

**Figura 1**

*Clasificación de marcas de acuerdo el Servicio Nacional de Servicios Intelectuales (SENADI)*

<b>Figurativos</b> 	<b>Denominativos</b> Colgate Nestlé Deja	<b>Mixto</b> 	<b>Tridimensionales</b>  Formas	<b>Sonoros</b>  El rugido del león de MGM
<b>Olfativos</b>  Olor de hierba cortada para identificar pelotas de tenis.	<b>Táctiles</b>  Textura de la botella	<b>Marcas de productos</b> 	<b>Marcas de Servicios</b>  nos une!	<b>Apariencias Distintivas</b> 
<b>Lemas comerciales</b>  Orgullosamente ecuatoriana Destapa la felicidad	<b>Nombres comerciales</b> 	<b>Denominación de origen</b> Denominación:  Producto: Sombreros de paja toquilla	<b>Certificación o garantía</b>  ISO 9001:2000 American Diabetes Association	<b>Colectivas</b>  Helados de Salcedo

■ Clasificación dependiendo de la Naturaleza de cada uno de ellos  
■ Signos distintivos que se reconocen o registran

*Nota.* Tipos de marcas [Fotografía], por Gobierno del Encuentro, 2022, (<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/signos-distintivos/>)

### 2.3.3. Características que Debe Reunir una Marca Para su Registro

Según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), una marca puede ser registrada por cualquier persona sea natural o jurídica, nacional o extranjeras.

Distinguiendo los tipos y las clases de marcas, cualquier signo que pueda por sí solo distinguir los productos o servicios de otros ya existentes, para lo cual deberá ser idóneo de representación gráfica (como es un logotipo si así lo prefiere el titular de la marca).

#### ***2.3.4. Beneficios y Derechos que Confiere el Registro de una Marca***

Encuentro (s.f.), según el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), el registro de una marca en el Ecuador otorga los siguientes derechos y beneficios:

- Derecho al uso exclusivo de la marca, es decir solo el titular puede hacer uso del signo.
- Derecho de actuar contra cualquier tercero que utilice la marca sin la autorización del titular del registro.
- Protección de la marca en toda la República del Ecuador.
- Derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
- Derecho de otorgar licencias a terceros y de cobrar regalías.
- Derecho de franquiciar su producto o servicio.
- Ceder los derechos sobre su marca a terceros.
- Permite restringir la importación de bienes que utilicen marcas iguales o parecidas al signo registrado por el titular, por suponer que infringen derechos de Propiedad Intelectual.
- Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual, en muchas ocasiones, llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa.

### **2.3.5. Procedimiento del Registro de una Marca**

Para que una marca sea reconocida y respetada se requiere una inversión, por lo general cualquier persona que desee utilizar una marca le interesa proteger como un elemento apreciable de propiedad intelectual, para lo cual la forma más usual de proteger una marca en el Ecuador es registrándola en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI).

Encuentro (s.f.), manifiesta que el procedimiento del registro se lo realiza de la siguiente forma:

Búsqueda fonética. Previo a la presentación de la solicitud, es recomendable realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro. La tasa de la búsqueda fonética es de \$ 16.00.

- Apertura de casillero virtual.
- Presentación de solicitud en el sistema en línea.
- Pago de tasa de solicitud de registro correspondiente al valor de \$208.00.
- Examen de forma: en el mismo se verifica que se ha cumplido con todos los requisitos necesarios para la publicación de la marca solicitada en gaceta. Entiéndase por requisitos a los siguientes: poder en el caso de que un tercero autorizado solicite la marca, nombramiento de Representante Legal en el caso de personas jurídicas que presenten la solicitud sin un apoderado, naturaleza del signo, tipo de signo, etc.
- Publicación de la marca solicitada en la Gaceta de Propiedad Industrial: esta publicación sirve para que terceros que se crean afectados por el posible registro de

la marca solicitada presenten oposición, en el caso de que el signo tenga algún parecido con su marca registrada.

- Oposición: Dentro del término de treinta días hábiles siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés podrá presentar oposiciones fundamentadas
- Examen de registrabilidad: en caso de que no exista oposición, se efectúa el examen de registrabilidad en el cual se resuelve aceptar o rechazarla marca.
- Emisión del título (siempre y cuando la marca haya sido concedida).

### ***2.3.6. Acciones Legales Para el uso Indebido de una Marca***

Adentrándonos en el mundo de las marcas, muchos se preguntarán que pasa cuando una marca que fue registrada por su titular ha sido utilizada indebidamente por terceros sin autorización alguna o a su vez es objeto de plagio, por lo general estas situaciones suelen darse cuando una marca tiene un gran impacto y posición en el mercado. Una vez la marca es registrada por su titular podemos hablar de que estará protegida legalmente, pero la pregunta de muchos que pasa si aun así es usada de forma indebida, pues su titular está en el derecho de tomar acciones legales frente a quienes atentaron dolosamente contra la marca, el hecho de estar registrada legalmente una marca no condiciona a su titular el iniciar acciones legales correspondientes ya sean estas; civiles y administrativas o acciones penales en el caso que lo amerite y si el hecho constituye delito tipificado en el COIP según la legislación ecuatoriana.

Estas acciones dan una seguridad a su titular para poder sacar adelante a su marca frente a la competencia que en muchos de los casos es desleal, no existe una competencia limpia, al tomar cualquiera de estas acciones por la vía legal se sentará un precedente para



en un futuro no se intente atacar nuevamente a la marca o tratar sacarle provecho, en nuestro país la ley de Propiedad Intelectual de la mano con nuestra constitución de la República, son quienes velan por que los derechos intelectuales sean respetados, en el derecho de Propiedad Industrial la falta de registro de las marcas atenta contra el derecho constitucional del desarrollo de las capacidades creativas, de tal forma que darán como resultado conflictos civiles, administrativos y penales por el uso de las marcas indebidamente y sin permiso.

**Acciones Civiles.** Cuando se ha vulnerado un derecho intelectual, en este caso el solo hecho de usar indebidamente una marca sin el consentimiento y licencias otorgadas por su titular, simboliza la vulneración de derechos intelectuales únicos del creador de la marca, una de las acciones que se faculta al titular a tomar contra terceros que se han querido aprovechar de su marca que es producto de su creatividad intelectual, es la de proceder con una acción civil dentro de las acciones que se pueden tomar y que abordaremos más adelante. La acción civil es una acción que decide sobre un juicio civil propiamente, a su vez podemos decir que están regidas por las leyes civiles, de estas leyes que se creen y están asistidos los creadores de las marcas con el fin de lograr restituir derechos que gravemente fueron trasgredidos, además podemos acotar que es deber primordial del estado entre otros, el velar por la protección de los derechos de los creadores que con su esfuerzo y capacidad intelectual contribuyen al desarrollo del país.

Absolutamente toda persona está en el derecho de proteger sus intereses tanto materiales como morales, producto de su esfuerzo y creatividad, por su parte la ley de Propiedad Intelectual vigente en nuestra legislación ecuatoriana, establece varias razones por las que se puede demandar civilmente conforme su art. 289. De tal forma que cuando se

produzca cualquier situación donde la marca se ve afectada, el titular de la misma tiene toda la potestad de seguir la o las acciones que sean necesarias, con el fin de velar por el bienestar de la marca, de comprobarse que si hubo violación de los derechos intelectuales en este caso contra la marca ya sea porque fue plagiada o que fue utilizada indebidamente sin que el titular tenga pleno conocimiento, el titular de la marca, como acción civil puede demandar plenamente una indemnización por los daños y perjuicios ocasionados a la marca y a su creador y titular, a su vez que se trate reparar todos los efectos negativos que generó la violación de los derechos intelectuales.

Al ser la marca mal utilizada no solo los daños y perjuicios son morales, sino que también económicos e intelectuales, de tal forma que el perjuicio será moral, intelectual y económico porque el intelecto y creatividad son únicos de cada persona y no puede cualquier ajeno apropiarse de algo que no fue suyo y que tanto le costó ya que crear y potenciar una marca no es nada fácil o algo que todos lo puedan hacer, es un gran esfuerzo por lo tanto merece ser reparado, usar de mal manera la marca va a generar grandes pérdidas en el titular ya que la marca fue creada para generar beneficios propios y no pueden otras personas pretender hacerse de los beneficios únicos y exclusivos del creador y titular, por lo tanto de sentirse afectado el titular de la marca tiene todo el derecho asistido de seguir las acciones con las que se crea asistido. Todas las demandas relacionadas contra la Propiedad Intelectual serán tramitadas mediante juicio verbal sumario de conformidad con la ley, además en cuanto a la competencia en primera instancia estará a cargo de las y los jueces de lo contencioso administrativo conformidad al art.294 de la ley de Propiedad Intelectual.

**Acciones Administrativas.** Al referirnos a violaciones a los derechos de Propiedad Intelectual, hemos manifestado que toda persona que se crea afectada por tales violaciones, podrá acudir al ente de control y protección de derechos intelectuales como lo es el SENADI (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales) anteriormente llamado IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), entre sus deberes de velar por la protección de todo tipo de derecho intelectual se encargará de la inspección para constatar si existió o no una infracción a tal derecho demandado, en conformidad con el art. 334 de la normativa legal vigente como es la ley de Propiedad Intelectual, se adoptaran medias como; a)inspección, b)requerimiento de información y c)Sanción a la violación de los derechos de propiedad intelectual, todo este procedimiento como medida para poder sancionar a los infractores por violación de derechos intelectuales.

Es muy indispensable y por decirlo de otra forma obligatorio ponerle un alto al abuso y violación a los derechos que la misma constitución ampara en relación a la Propiedad Intelectual, no se puede dejar que una marca sea mal utilizada afectado todo el esfuerzo que conllevo crearla y reafianzarla posicionándola dentro del mercado, por ello acudir con el reclamo al SENADI sería lo primero por hacer por el titular de la marca, el mismo que se crea perjudicado del plagio o mal uso de su marca y que ha sufrido pérdidas producto de la violación al derecho intelectual como es su marca, ya que de comprobarse la existencia de una infracción se impondrán las sanciones y respectivas multas de conformidad a lo que establece la ley.

En general podemos decir que las acciones administrativas contra quienes atenten a una marca de propiedad de su titular, se llevaran a cabo con el SENADI, que serán los encargados de todo el proceso administrativo buscando la restitución de derechos

vulnerados y la imposición de sanciones a los infractores , sin perjuicio que el titular pueda interponer otras acciones legales pertinentes, ya que si durante todo el proceso administrativo se llegara a conocer de circunstancias que pueden determinar un delito más grave cambian la situación y se entregara toda la información y expediente administrativo a la Fiscalía iniciando con otro tipo de acción como es la penal , a partir de ese momento se dará por terminada la intervención por la vía administrativa.

**Acciones Penales.** El comportamiento del ser humano va dirigido por normas ensañadas en el mantenimiento del equilibrio de la sociedad, para controlar el comportamiento de cada persona y poder castigar cuando la conducta del individuo es inequívoca o contraria a la ley, hay reglas establecidas de lo que se puede y no se puede hacer, de lo que esta correcto e incorrecto, de lo legal y de lo prohibido, pero que pasa cuando todo esto se ve distorsionado y el ser humano justamente actúa contrario a lo establecido y permitido por la ley. Sin duda que ciertas conductas indebidas merecen un tipo de castigo para poder direccionar a la sociedad, dejando precedentes a los demás para que tengan conocimiento de que si se actúa indebidamente tendrán sanciones muy graves, es decir que todo lo indebido sería considerado como un delito el cual tiene una drástica sanción.

Según manifiesta Trujillo (2021), la acción penal es el instrumento en derecho que debe ejercitarse para iniciar un proceso judicial en la jurisdicción penal. Cuando se presenta la ocasión en que una persona ya sea natural como jurídica sufre una acción en su contra, o es víctima de un delito, a través de la acción penal se presentara ante el juez la situación para que sea este quien juzgue los hechos suscitados, la acción penal se presenta cuando se ha cometido un delito o un falta y es necesario castigar al culpable, la mera necesidad de un

castigo invoca a que nazca la acción penal ya que tiene como misión la de acusar por el cometimiento de un delito.

Como sabemos una marca representa a varios productos de diversas clases y varios servicios, es así que al proteger una marca no solo la protegemos a la marca como tal, sino que también estamos protegiendo a los productos y servicios representados por la misma, además que también está por delante proteger el prestigio e identidad de la marca, toda marca genera una identidad propia que a lo largo del tiempo se va consolidando y se convierte en una marca propia única e incomparable. La ley es muy clara en cuanto a protección de marcas se refiere, no se podrá plagiar o usar una marca que ya este registrada, allí radica la importancia del registro de una marca por su titular y hacer a su vez valer los derechos como titular y dueño de la misma. El código orgánico integral penal en su art.208 A, tipifica la Falsificación de marcas y piratería lesiva contra los derechos de autor.

## **2.4. Los Derechos Constitucionales y la Importancia del Derecho de Propiedad Intelectual en una Marca**

### **2.4.1. Derechos Constitucionales.**

Varias son las finalidades del Estado ecuatoriano para con sus ciudadanos entre ellas se considera el velar porque los derechos que se encuentran consagrados en la Constitución como carta magna sean cumplidos y respetados todos por igual, ya que los derechos de las personas son inalienables e irrenunciables, puesto que el Ecuador es un estado constitucional garantista de derechos y de participación para todos los habitantes del territorio nacional, sin distinción alguna y en igualdad de participación, entre varios derechos constitucionales el Ecuador reconoce a la Propiedad Intelectual, establecido en la Constitución de la república en el art. 322.

## **Cultura y Ciencia**

La Constitución de la República del Ecuador (2008) en su artículo 22, es muy clara al señalar que:

Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 22).

Este derecho a desarrollar la capacidad creativa es propio de cada persona ya que todos tienen la capacidad para crear, inventar e innovar, además que tienen el derecho a beneficiarse de los resultados de sus creaciones.

## **Ciencia Tecnología e Innovación.**

Referente a lo manifestado la Constitución dispone

Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 57).

Dentro de los deberes del Estado también está el de proteger los diversos conocimientos de los pueblos ancestrales, que a lo largo de la vida se han ido trasladando

de generación en generación, al ser nuestro país rico en recursos naturales, muchos pueblos y comunidades buscan trasladar sus conocimientos adquiridos por sus ancestros y potenciar e innovar en nuevas creaciones de diversos tipos, pero muchas de las veces personas inescrupulosas que buscan generar ganancias a expensas de los conocimientos de otras personas, sustraen los mismos con el fin de beneficiarse propiamente, a su vez que están perjudicando a la identidad cultural de los pueblos y sus saberes ancestrales.

Otro aspecto importante que señala nuestra Constitución vigente es las asignaciones presupuestarias que el estado destina exclusivamente al sector de la educación, de la educación superior, y en lo que tiene que ver con la investigación, la ciencia la tecnología y la innovación tal como señala el art.298 de la norma mencionada, presupuesto que no debe ser destinado ni reasignado para otras actividades, cada gobierno de turno debe seguir apoyando a las innovaciones y creaciones intelectuales ya que muchas veces los artistas, creadores , inventores e innovadores necesitan de recursos para poder continuar con sus proyectos que también buscan contribuir al desarrollo del país.

#### ***2.4.2. La Importancia de la Propiedad Intelectual en las Marcas***

Como se ha venido hablando a lo largo del desarrollo de trabajo de investigación acerca de la Propiedad Intelectual, sabemos que es una rama del Derecho de suma importancia en cuanto a proteger creaciones intelectuales se trata, al decir que se centra en proteger a las creaciones intelectuales nos enfocamos a que se estarán protegiendo de por medio los derechos de los creadores, que producto de su esfuerzo, dedicación ingenio y creatividad han logrado desarrollar diversas creaciones intelectuales, las mismas que el Estado reconocerá y garantizara su protección y defensa por medio del Derecho de

Propiedad Intelectual, como un instrumento sólido de protección tanto para creadores, autores, artistas, innovadores entre otros.

Ahora al centrarnos exclusivamente en las marcas y la importancia que la Propiedad Intelectual tiene para con ellas al momento de protegerlas, si bien es cierto la Propiedad Intelectual protege creaciones que provienen de la mente, pues una marca es una creación que proviene del intelecto de quien crea la marca que estará encaminada a representar una serie de productos y servicios, cualesquiera que sean estos y que serán representados por la marca creada, pero si no existiera la Propiedad Intelectual estamos hablando de que no habría forma posible en proteger una marca dejando libertad a que cualquier persona pueda hacer uso de ella y adueñarse propiamente de una creación ajena en este caso de una marca, entonces vamos observando la importancia que exista la Propiedad Intelectual y de que sea aplicada correctamente.

La Propiedad Intelectual genera seguridad y confianza especialmente para quienes deciden ingresar algún tipo de producto o productos novedosos al mercado los cuales llevaran la representación de una marca propia y distintiva del resto, con lo cual pretenden consolidarse en el mercado y generar mayores ganancias, el activo más importante es la marca la cual su titular debe priorizar en registrarla y cuidarla de intentos de plagio y de situaciones conflictivas legales que puedan conllevar, al momento de registrar la marca legal y debidamente generara una tranquilidad en su titular y también una confianza en todos los clientes que se benefician de los productos a los cuales representa la marca ya que tendrán la certeza que están adquiriendo productos de calidad y confiables, además que el titular de la marca evitara que otras personas hagan mal uso de su marca y prestigio



adquirido, brindándoles una ventaja competitiva en el mercado por todo esto la Propiedad Intelectual juega un rol clave en la protección de una marca (Group, s.f.).

## **2.5. La Propiedad Intelectual en sus Convenios Internacionales**

Varios son los convenios de los que el Ecuador es parte en materia de Propiedad Intelectual, dentro de los cuales se incluye a los más antiguos relacionados con el Derechos de Autor y Propiedad Intelectual: el CONVENIO DE BERNA de 1886 y el CONVENIO DE PARÍS de 1883, respectivamente. El Ecuador pasó a ser miembro de estos instrumentos en 1991 (Berna) y en 1999 (París) ([www.propiedadintelectual.gob.ec](http://www.propiedadintelectual.gob.ec)).

De acuerdo a la OMPI (2013):

El CONVENIO DE PARÍS se aplica a la Propiedad Industrial en su acepción más amplia, con inclusión de las patentes, las marcas de productos y servicios, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad (una especie de “pequeña patente” establecida en la legislación de algunos países), las marcas de servicio, los nombres comerciales (la denominación que se emplea para la actividad industrial o comercial), las indicaciones geográficas (indicaciones de procedencia y denominaciones de origen) y la represión de la competencia desleal. Las disposiciones fundamentales del Convenio pueden dividirse en tres categorías principales: trato nacional, derecho de prioridad y normas comunes (p 8).

## **2.6. Marco Legal**

### ***2.6.1. Constitución de la República del Ecuador***

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse

de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art. 22).

**Art. 57.-** Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

**12.-** Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art. 57).

**Art. 322.-** Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad (Constitución de la República del Ecuador, 2008, Art. 322).

### **2.6.2. CONVENIO DE PARIS**

#### **Artículo 1 (Constitución de la Unión; ámbito de la propiedad industrial)**

1) Los países a los cuales se aplica el presente Convenio se constituyen en Unión para la protección de la propiedad industrial.

2) 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 (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 1).

**Artículo 6.-** (Marcas: condiciones de registro, independencia de la protección de la misma marca en diferentes países)

1) Las condiciones de depósito y de registro de las marcas de fábrica o de comercio serán determinadas en cada país de la Unión por su legislación nacional (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 6).

**Artículo 6.- bis.-** (Marcas: marcas notoriamente conocidas)

1) Los países de la Unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares

Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituye la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 6.-bis).

**Artículo 6.-** quater.- (Marcas: transferencias de la marca)

1) Cuando, conforme a la legislación de un país de la Unión, la cesión de una marca no sea válida sino cuando haya lugar al mismo tiempo que la transferencia de la empresa o del negocio al cual la marca pertenece, será suficiente para que esta validez sea admitida, que la parte de la empresa o del negocio situada en este país sea transmitida al cesionario con el derecho exclusivo de fabricar o de vender allí los productos que llevan la marca cedida (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 6.-quater).

**Artículo 7.-** (Marcas: naturaleza del producto al que ha de aplicarse la marca)

La naturaleza del producto al que la marca de fábrica o de comercio ha de aplicarse no puede, en ningún caso, ser obstáculo para el registro de la marca (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art.7).

**Artículo 9.-** (Marcas, nombres comerciales: embargo a la importación, etc., de los productos que lleven ilícitamente una marca o un nombre comercial)

1) Todo producto que lleve ilícitamente una marca de fábrica o de comercio o un nombre comercial será embargado al importarse en aquellos países de la Unión en los cuales esta marca o este nombre comercial tengan derecho a la protección legal (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 9).

**Artículo 10 bis.-** (Competencia desleal)

1) Los países de la Unión están obligados a asegurar a lo nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal.

2) Constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.

3) 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, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;

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 (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 10.-bis).

**Artículo 11.-** (Invenciones, modelos de utilidad, dibujos y modelos industriales, marcas: protección temporaria en ciertas exposiciones internacionales)

1) Los países de la Unión concederán, conforme a su legislación interna, una protección temporaria a las invenciones patentables, a los modelos de utilidad, a los dibujos o modelos industriales, así como a las marcas de fábrica o de comercio, para los productos que figuren en las exposiciones internacionales oficiales u

oficialmente reconocidas, organizadas en el territorio de ellos (CONVENIO EN PARÍS, 1883, Art. 11).

**2.6.3. Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación**

**Artículo 359.-** Registro de marca.- Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean 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.

Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos o medios:

1. Las palabras o combinación de palabras;
2. Las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos;
3. Los sonidos, olores y sabores;
4. Las letras y los números;
5. Un color delimitado por una forma o una combinación de colores;
6. La forma de los productos, sus envases o envolturas;
7. Los relieves y texturas perceptibles por el sentido del tacto;
8. Las animaciones, gestos y secuencias de movimientos;
9. Los hologramas; y,

10. Cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 359).

**Artículo 363.- Del procedimiento de registro.-** La solicitud para registro de una marca se presentará ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales de acuerdo al contenido, requisitos y demás normas que disponga el reglamento correspondiente. De igual forma, el reglamento establecerá los requisitos, plazos y procedimientos, para, entre otros, el examen de la solicitud, su publicación, la presentación de oposiciones y la concesión o denegación de la solicitud (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 363).

**Artículo 364.- Derecho al uso exclusivo de una marca.-** El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales.

La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones en elementos que no alteren el carácter distintivo del signo registrado (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 364).

**Artículo 365.- Duración del registro de una marca.-** La adquisición de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 365).

**Artículo 366.- Renovación de registro de marca.-** El titular del registro, o quien tuviere legítimo interés, deberá solicitar la renovación del registro ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro. No obstante, tanto el titular del registro como quien tuviere legítimo interés gozarán de un plazo de gracia de seis meses contados a partir de la fecha de vencimiento del registro para solicitar su renovación. Durante el plazo referido, el registro de marca mantendrá su plena vigencia (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 365).

**Artículo 367.- Derechos conferidos por el registro de marca.-** La adquisición de la marca confiere a su titular el derecho a impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos:

1. Aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

2. Suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;



3. Fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;

4. Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiera causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;

5. Usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiera causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular; y,

6. Usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 367).

**Artículo 374.- Transferencia de registro de la marca.-** Un registro de marca o una solicitud en trámite de registro es transferible por acto entre vivos y transmisible por causa de muerte, con o sin la empresa a la cual pertenece.

Deberá inscribirse ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales y surtirán efectos a partir de su inscripción ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 374).

**Artículo 375.- Licencia para la explotación de la marca.-** Un registro de marca o una solicitud en trámite de registro podrá ser objeto de licencia a uno o más terceros para la explotación de la marca respectiva (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 375).

**Artículo 378.- De la cancelación de registro de una marca por falta de uso.-** Se cancelará el registro de una marca a solicitud de cualquier persona interesada cuando, sin motivo justificado, la marca no se hubiese utilizado por su titular, por su licenciataria o por otra persona autorizada para ello, durante los tres años consecutivos precedentes a la fecha en que se inicie la acción de cancelación. La cancelación de un registro por falta de uso de la marca también podrá solicitarse como defensa en un procedimiento de oposición interpuesto con base en la marca no usada (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 378)

**Artículo 380.- Características del uso de la marca.-** Se entenderá que una marca se encuentra en uso cuando los productos o servicios que ella distingue han sido puestos en el comercio o se encuentran disponibles en el mercado bajo esa marca, en la cantidad y del modo que normalmente corresponde, teniendo en cuenta la naturaleza de los productos o servicios y las modalidades bajo las cuales se efectúa

su comercialización en el mercado (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Artículo 380).

**Artículo 387.- Renuncia del registro de marca.-** El titular de un registro de marca podrá renunciar en cualquier momento, total o parcialmente, a sus derechos sobre el registro. Si la renuncia fuere total, se cancelará el registro. Cuando la renuncia fuese parcial, el registro se limitará a los productos o servicios sobre los cuales no verse la renuncia (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 387).

#### **Sección VI - De la caducidad del registro**

**Artículo 394.- Caducidad del registro de marca.-** El registro de la marca caducará de pleno derecho si el titular o quien tuviera legítimo interés no solicita la renovación dentro del término legal, incluido el período de gracia de acuerdo, con lo establecido en el artículo 366 (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 394).

#### **CAPÍTULO X- DE LOS NOMBRES COMERCIALES**

**Artículo 415.-** Se entenderá por nombre comercial cualquier signo que sea apto para identificar a una persona o establecimiento mercantil en el ejercicio de su actividad económica y distinguirla de las demás que desarrollan actividades idénticas o similares (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 415).

**Artículo 416.- Registro declarativo del nombre comercial.-** El derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquirirá por su primer uso en el comercio, público,

continuo, de buena fe y siempre que no vulnere derechos prioritarios debidamente constituidos en el país y terminará cuando cese el uso del nombre comercial o cesen las actividades de la persona o establecimiento comercial que lo usa.

El titular del nombre comercial podrá registrar ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, el registro tendrá carácter declarativo. El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial solamente se adquirirá en los términos previstos en el inciso anterior (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 415).

**Artículo 420.- Vigencia del registro de nombre comercial.-** El registro de un nombre comercial tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse, previo prueba de uso, por períodos sucesivos de diez años (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 415).

**Artículo 421.- Derechos del titular.-** El titular de un nombre comercial podrá impedir a cualquier tercero usar en el comercio un signo distintivo idéntico o similar, cuando ello pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con dicho nombre comercial o con sus actividades (Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 421).

**Artículo 422.- Transferencia de nombre comercial.-** La transferencia de un nombre comercial sólo podrá efectuarse conjuntamente con la de la empresa en la cual se desarrollare la actividad identificada mediante el nombre comercial (Código

Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación, 2016, Art. 422).

#### ***2.6.4. Código Orgánico Integral Penal***

**Art. 208A.-** Falsificación de marcas y piratería lesiva contra los derechos de autor.

La persona que fabrique o comercialice, a escala comercial, mercancías o su envoltorio que lleven puesta, sin la debida autorización, una marca idéntica a la válidamente registrada para tales mercancías o que esa marca no pueda distinguirse en sus aspectos esenciales será sancionada con una multa de la siguiente manera:

1. Cuando el valor de la mercadería incautada sea de ciento cuarenta y dos a cuatrocientos veinticuatro salarios básicos unificados del trabajador en general, se aplicará la multa de cincuenta y cinco a ochenta y cinco salarios básicos unificados del trabajador en general.

2. Cuando el valor de la mercadería incautada sea mayor a cuatrocientos veinticuatro y menor a ochocientos cuarenta y siete salarios básicos unificados del trabajador en general, se aplicará la multa de ochenta y seis a ciento setenta y cinco salarios básicos unificados del trabajador en general.

3. Cuando el valor de la mercadería incautada sea mayor a ochocientos cuarenta y siete salarios básicos unificados del trabajador en general, se aplicará una multa de ciento setenta y seis a doscientos noventa y cinco salarios básicos unificados del trabajador en general.

La misma pena se aplicará a la persona que produzca, reproduzca o comercialice a escala comercial, mercancía pirata que lesione el derecho de autor

para las obras registradas o no, entendiéndose estas como cualquier copia hecha sin consentimiento del titular del derecho de autor o de una persona debidamente autorizada por él.

Las disposiciones precedentes no se aplicarán a bienes o productos que no tengan un fin comercial.

En el caso de las marcas notorias, no se requerirá que el titular del derecho demuestre que la marca está válidamente registrada, sino únicamente su derecho como titular.

Cuando una persona jurídica sea la responsable, será sancionada con las mismas multas y su extinción.

No constituye delito la fabricación o comercialización de mercancías imitadas que tengan una marca con características propias que no conlleven a una confusión con la marca original, sin perjuicio de las responsabilidades civiles a que haya lugar. (Código Orgánico Integral Penal, 2014, Art. 208A)

#### ***2.6.5. Servicio Nacional Derechos Intelectuales - Decreto Ejecutivo 356***

##### **Registro Oficial Suplemento 224 de 18-abr.-2018**

**Art. 1.-** De la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales.- Créase el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), como un organismo técnico de derecho público con rango de Subsecretaría General, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, con personalidad jurídica propia, dotado de autonomía administrativa, operativa y financiera con sede en la ciudad de Quito (Decreto Ejecutivo 356, 2018, Art. 1).

**Art. 2.-** Objeto.- El SENADI es la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales a efectos de las normas previstas en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y demás disposiciones del ordenamiento jurídico, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales (Decreto Ejecutivo 356, 2018, Art. 2).

**2.6.6. DECISIÓN 486. Régimen Común sobre Propiedad Industrial de la Comisión de la Comunidad Andina**

**Artículo 152.-** El registro de una marca tendrá una duración de diez años contados a partir de la fecha de su concesión y podrá renovarse por períodos sucesivos de diez años. (Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, 2000, Art. 152).

**Artículo 153.-** El titular del registro, o quien tuviere legítimo interés, deberá solicitar la renovación del registro ante la oficina nacional competente, dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro. No obstante, tanto el titular del registro como quien tuviere legítimo interés gozarán de un plazo de gracia de seis meses, contados a partir de la fecha de vencimiento del registro, para solicitar su renovación. A tal efecto acompañará los comprobantes de pago de las tasas establecidas, pagando conjuntamente el recargo correspondiente si así lo permiten las normas internas de los Países Miembros. Durante el plazo referido, el registro de marca mantendrá su plena vigencia.

A efectos de la renovación no se exigirá prueba de uso de la marca y se renovará de manera automática, en los mismos términos del registro original. Sin embargo, el titular podrá reducir o limitar los productos o servicios indicados en el

registro original (Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, 2000, Art. 153).



## CAPITULO III – METODOLOGÍA

### 3. Método de la investigación

En el presente trabajo de Integración Curricular se empleó la siguiente metodología: El método **cualitativo** se basa en la recolección de información no numérica de las características esenciales del objeto de estudio; este método de investigación fue aplicado en el análisis de la Protección Legal de la marca El Salinerito, con el fin de estructurar los fundamentos teóricos-científicos y aplicado en la fase de recolección de la información que fue proporcionado por la Corporación Grupo Salinas mediante métodos como la observación y análisis documental.

#### 3.1. Tipo de Investigación

En el presente trabajo de Integración Curricular se aplicó el siguiente tipo de investigación:

**Pura o teórica**, este tipo de investigación se basa en el entendimiento de la realidad en el que vivimos y así satisfacer la curiosidad o necesidad humana, e incrementar el conocimiento científico. La investigación pura generó nuevas ideas, teorías de la protección legal de la marca El Salinerito que si bien no podrán ser utilizados inmediatamente pero en un futuro si, para mejor el desarrollo.

**Científica-jurídica**, esta investigación se basa en el procedimiento para revelar las relaciones internas y externas de los procesos del entorno natural y social, además el estar orientado al conocimiento jurídico de acciones y leyes, que en conjunto dieron un orden para obtener conocimientos sobre la protección legal de la marca El Salinerito.

### **3.2. Técnicas e instrumentos de investigación**

En el presente trabajo de Integración Curricular se utilizó la técnica de análisis de documentos, con un instrumento de recolección de datos que fue la guía de análisis de documentos. Ya que se realizó la revisión de documentos proporcionados por la Corporación Grupo Salinas, de donde se obtuvo la mayor cantidad de datos.

### **3.3. Criterio de inclusión y criterio de exclusión**

El presente trabajo de Integración Curricular no requirió de criterios de inclusión y exclusión ya que no tiene una población, por lo que se realizó análisis de documentos.

### **3.4. Población y muestra**

La población y muestra del presente trabajo de Integración Curricular no existió, debido a que se realizó análisis de documentos.

### **3.5. Localización geográfica del estudio**

El trabajo de Integración Curricular se realizó en la Corporación Grupo Salinas, ubicado en la parroquia Salinas perteneciente al cantón Guaranda, provincia Bolívar.

## CAPITULO IV – RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4. Resultados y Discusión

#### 4.1. Resultados

La marca El Salinerito fue creada en el año 1978 por la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SALINAS, tuvo que transcurrir varios años para que esta, puede estar protegida legalmente, mediante un registro oficial; cabe recalcar que durante 16 años aproximadamente la marca estuvo colgada de un hilo con el peligro de ser apropiada o plagiada por terceras personas. Lo que motivo al registro legal de la marca El Salinerito fue el conflicto que se suscitó entre Salinas y Facundo Vela por el apoderamiento de un producto (mermeladas), acotando que Facundo Vela se apropió arbitrariamente de todo el producto dejando a un lado a El Salinerito.

Es así que en 1993 se da por primera vez legalmente la solicitud de registro de marca como Marca de Fábrica por parte de la Fundación de Organizaciones de Salinas “FUNORSAL” a la marca El Salinerito.

#### *4.1.1. Registro de la marca El Salinerito en el Ecuador*

##### **4.1.1.1. Proceso de registro de la Marca el Salinerito**

El trámite de la solicitud de registro de la marca El Salinerito se llevó a cabo ante la DIRECCION NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, como ente encargado en ese entonces perteneciente al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, con el tramite N° 36761 de enero 25 de 1993, con una sola clase internacional de productos, la clase31, una vez cumplidos con todos los requisitos de ley se procede a registrar la marca y se emite el certificado de registro el 15 de abril de 1994 con los siguientes datos:

**Identificación del Solicitante, domicilio:** FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS “FUNORSAL”; Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador

**Identificación del representante, domicilio:** German Vascones Ch; Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar, Ecuador

**Descripción de la marca:** Igual a la etiqueta adjunta, con todas las reservas que sobre ella se hacen.

**Denominación:** Salinerito y logotipo

**Productos:** Productos comprendidos en la clase internacional 31.

A estos requisitos se acompañó con el comprobante de pago de la tasa correspondiente, cabe recalcar que en aquel tiempo el pago por el registro de la marca se realizó en sucres, siendo la moneda oficial que circulaba en el Ecuador. El 15 de abril de 1994 en la ciudad de Quito se emite oficialmente el título de registro de la marca El Salinerito signado con el N°. DNPI-0709-94-MICIP, quedando legalmente protegida por primera vez, la misma que tendrá un periodo de validez de diez años.

## Figura 2

*Primer logotipo de la marca El Salinerito.*



*Nota.* La figura muestra el primer logotipo de marca. Tomado de:

[https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015\\_final](https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015_final)

Este diseño fue entregado por el Padre Alberto Panerati quien producto de sus habilidades con el dibujo, se esmeró en crear el logo y lo entregó generosamente a la Cooperativa de ahorro y crédito Salinas, el mismo que representaría a la marca El Salinerito y que en el año 1994 sería registrado legalmente con la marca.

### ***4.1.2. Vigencia y renovación de la marca El Salinerito***

De acuerdo al Art.212 de la Ley de Propiedad Intelectual y al Art. 152 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones tendrá una duración de diez años contados desde la fecha de su concesión y podrá renovarse por periodos sucesivos de diez años.

#### **4.1.2.1. Primera renovación de la marca El Salinerito**

La primera solicitud de renovación de la marca El Salinerito se realizó ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial bajo la supervisión del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI); en 1998 se expidió una nueva ley de la Propiedad Intelectual, la misma que dio origen al IEPI como entidad encargada de la aplicación y respeto de los derechos de Propiedad Intelectual; esta institución en sus inicios se conformó por la unión de las tres direcciones: Derechos de Autor, Propiedad Industrial y Obtenciones Vegetales. Cabe recalcar que esta primera renovación fue llevada a cabo por FUNORSAL como titular de la marca.

La solicitud de la primera renovación por parte de FUNORSAL se realizó dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro, conforme al Art.213 de la Ley de Propiedad Intelectual y al Art. 153 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Dicha solicitud de renovación se presentó el 12 de febrero del 2004, una vez cumplido con los requisitos legales y reglamentarios se otorga oficialmente en la ciudad de Quito el 28 de junio de 2004 el certificado de renovación N° 2460-IEPI, se ordena su inscripción y marginación con los siguientes datos:

**DENOMINACION:** SALINERITO Y LOGOTIPO

**PRODUCTOS QUE PROTEGEN:** Clase internacional N° 30

**TITULAR:** FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS

“FUNORSAL”

**FECHA DE VENCIMIENTO:** 15 de abril de 2014

**DOMICILIO:** Calle Tibospungo y Los Incas, Salinas de Guaranda, Bolívar,  
Ecuador

**REPRESENTANTE:** Hugo Vásconez

Resaltando que tanto el trámite de registro como de renovación de registro de marca llevado por FUNORSAL como titular de la marca fue asesorado por Corporación de Registro de Marcas (REGIS Co), entidad que se encargaba de todo lo que tiene que ver con marcas. Es así que en agosto de 2004 mediante solicitud se agrega las clases internacionales N° 31, 91, 91, 29, 30.

**Tabla 1**

*Denominaciones de Clases Internacionales*

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>Clase Internacional</b>	<b>N° Titulo</b>	<b>N° de Certificado de Renovación</b>
<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>	31	709	2456
<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>	91	63	2457
<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>	91	61	2458
<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>	29	707	2459
<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>	30	708	2460

*Nota.* La tabla muestra las denominaciones de Clases Internacionales. Elaboración propia.

Importante indicar que la marca El Salinerito, luego de este trámite de renovación quedo protegida legalmente durante diez años más.

### Figura 3

*Segundo logotipo de la marca El Salinerito, adaptándose a los tiempos actuales.*



*Nota.* La figura muestra el segundo logotipo de marca. Tomado de:

[https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015\\_final](https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015_final)

Este diseño fue retocado en el año 1998 para adaptarse a los tiempos y competencias del mercado actual de ese entonces, este logotipo retocado fue registrado en la primera renovación de la marca El Salinerito en el año 2004.

#### **4.1.2.2. Segunda renovación de la marca El Salinerito**

La solicitud de la segunda renovación por parte de la Corporación Grupo Salinas se realizó dentro de los seis meses anteriores a la expiración del registro, conforme al Art.213 de la Ley de Propiedad Intelectual y al Art. 153 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Dicha solicitud de renovación se presentó mediante el tramite N° IEPI-



UIO-PI-5D-2013-51145-RE del 27 de noviembre del 2013, una vez cumplido con los requisitos legales y reglamentarios se otorga oficialmente el título de renovación N° 29-56 en la ciudad de Quito el 12 de diciembre de 2014 con Resolución N° 163520, se ordena su inscripción y marginación con los siguientes datos:

**DENOMINACION:** SALINERITO Y LOGOTIPO

**ACTIVIDADES QUE PROTEGEN:** Actividades comerciales relacionadas con la comercialización de productos y servicios de las Clases Internacionales N° 29, 30, 25, 24 y 35

**DESCRIPCION DEL SIGNO:** Igual a la etiqueta adjunta con todas las reservas que sobre ellas se hacen

**FECHA DE VENCIMIENTO:** 12 de diciembre de 2024

**TITULAR:** CORPORACION GRUPO SALINAS

**DOMICILIO:** VÍA AL CALVARIO S/N Y SAMILAGUA, SALINAS DE GUARANDA, BOLÍVAR, ECUADOR

**REPRESENTANTE LEGAL:** VARGAS CHAMORRO CLAUDIO FABIAN

A partir del año 2014 se cambia la representación legal y titularidad de la marca mediante una cesión de derechos de marca y logotipo otorgada por la FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS “FUNORSAL” a favor de la CORPORACIÓN GRUPO SALINAS, al ser esta una instancia de tercer nivel y que agrupa a todos los sectores de desarrollo de Salinas se decidió que era lo más conveniente.

#### Figura 4

*Logotipo actualizado de la marca El Salinerito y registrado en su segunda renovación.*



*Nota.* La figura muestra el logotipo actualizado de la marca. Tomado de:

[https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015\\_final](https://issuu.com/salinerito/docs/anuario2015_final)

Este diseño fue retocado en el año 2013 para refrescar la imagen y evitar falsificaciones, el mismo que fue retocado y registrado en la segunda renovación de la marca El Salinerito en el año 2014 por la Corporación Grupo Salinas.

#### ***4.1.3. Cesión de derechos de la marca y logotipo “El Salinerito”***

Por lo general una marca es considerada un bien inmueble susceptible de enajenación, dicho sea esto para poder llevar a cabo un traspaso se debe realizar mediante un acto civil como cualquier otro bien mueble. Con respecto a lo manifestado el Art. 279 de la Ley de Propiedad Intelectual es muy claro en manifestar, que los derechos de propiedad industrial en este caso de la marca El Salinerito son transferible en acto entre vivos o a su vez por transmisión por causa de muerte antes o después del registro.

En la sesión ordinaria del directorio de FUNORSAL llevado a cabo en la parroquia Salinas, cantón Guaranda, provincia Bolívar con fecha 28 de septiembre de 2011 a las 9.30 am con la presencia de los principales miembros del Directorio, entre varios acuerdos y compromisos se llega a uno muy importante con respecto al tema de la marca El Salinerito, donde se resuelve por decisión unánime el traspaso y cesión definitiva de los derechos de la marca a la Corporación Grupo Salinas.

En sesión extraordinaria de la junta Directiva de la Junta de la Corporación Grupo Salinas, realizada con fecha 12 de septiembre de 2011 a las 11:30 en la sala de reuniones FUNORSAL para tratar los temas; situación actual de la marca frente al IEPI y traspaso definitivo de la marca de FUNORSAL a la CORPORACIÓN GRUPO SALINAS. En esta sesión se contó con la presencia de los técnicos de REGIS Co donde sugirieron que se debe realizar el traspaso de la marca lo más pronto posible, previo a esta sesión ya existió un convenio firmado entre FUNORSAL a la CORPORACIÓN GRUPO SALINAS, donde FUNORSAL autoriza el uso y administración de la marca por el periodo de cuatro años fecha en la que se debe renovar la marca en el IEPI, en la que pasara a ser propietario la Corporación; aclarando que durante estos cuatro años la Corporación no está facultada legalmente para firmar contrato de uso de la marca con terceros ya que frente al IEPI quien sigue siendo titular es FUNORSAL.

En la ciudad de Guaranda, el día viernes once de noviembre del dos mil once, ante la Abogada Eliana González Ruiz, Notaria Publica Tercera del cantón, comparecen en calidad de cedente FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS “FUNORSAL” debidamente representada por su representante legal Lic. Klever Gustavo Guevara Erazo en calidad de Director Ejecutivo y por otra parte en calidad de cesionaria la CORPORACIÓN

GRUPO SALINAS debidamente representada por su representante legal la Srta. María del Carmen Chamorro en su calidad de Coordinadora General, donde las dos partes manifiestan de manera libre y voluntaria ceder y aceptar los cesión de la marca El Salinerito en el estado y calidad que ostentan en el mercado nacional e internacional, sin tener que formular reclamo posterior alguno. La presente escritura de CESION DE DERECHOS DE MARCA Y LOGOTIPO, se otorga en presencia de la Abogada Eliana González dando fe de aquello, donde confiere una segunda copia certificada, sellada, signada y firmada en la ciudad de Guaranda el día viernes once de noviembre del dos mil once.

#### ***4.1.4. Derechos y obligaciones inherentes a la marca El Salinerito***

##### **4.1.4.1. Derechos del titular de la marca El Salinerito**

El ser titular de una marca con lleva consigo el ser poseedor de derechos exclusivos el uso que se le puede dar a la marca, estos derechos se adquieren en el Ecuador una vez que la marca sea registrada legalmente en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial que anteriormente pertenecía al IEPI y que en la actualidad es SENADI, recalando que la marca debe utilizarse tal cual fue registrada por su titular. De conformidad como establece el Art. 216 de la Ley de Propiedad Intelectual vigente.

La Corporación Grupo Salinas al ser titular de la marca desde el año 2014 gozan del pleno derecho de actuar contra terceros que pretendan o utilicen sin consentimiento la marca El Salinerito o a su vez que pretenda plagiarla cualquier signo distintivo que representa la marca o en fin contra quienes quieran hacer uso indebido y beneficiarse a costas de la misma. Como titulares de la marca pueden seguir la o las acciones legales que crean conveniente para proteger a la marca, apoyándose al Art. 217 de la Ley de Propiedad Intelectual vigente.

Entre los derechos de los que goza la Corporación Grupo Salinas, está la facultad de cesión, autorización de venta, licencia de uso, distribución, puntos de venta autorizados o cualquier otra figura legal de uso exclusivo de la marca. Además, se guardan el derecho de prohibir a las organizaciones miembro, sus empresas comunitarias y aliados comerciales el uso de la marca El Salinerito fuera de lo que no conste dentro de las políticas de uso. Sin dejar de lado el derecho al uso y manejo exclusivo de la página web y redes sociales asociadas a la marca.

#### **4.1.4.2. Obligaciones del titular de la marca El Salinerito**

Así como gozan de derechos tiene obligaciones que cumplir como: el mantenimiento y vigencia de los signos registrados, siendo verificados una vez al año por parte del Departamento Legal encargado, sin perjuicio de que se pueda realizar más verificaciones de lo que van el año. La Corporación Grupo Salinas está obligada a llevar acabo al menos una auditoria interna del manejo de la marca, no obstante que pudieran realizar otra auditoria en cualquier momento del año creyéndolo necesario hacerlo.

#### **4.1.4.3. Prohibiciones del titular de la marca El Salinerito**

Dentro de las prohibiciones del titular de la maraca se puede resaltar que ninguna organización o miembro de la Corporación está facultado por sí mismo para otorgar o autorizar el uso de la marca El Salinerito a terceros ya sean estos distribuidores, representantes de venta, empresas publicitarias, tiendas ya que la facultad de cesión la compete únicamente a la Corporación Grupo Salinas.

### **4.2. Discusión**

Los resultados de la presente investigación en base al análisis de documentos refleja, que la marca El Salinerito fue registrada por primera vez en el año 1994, en la

Dirección Nacional de la Propiedad Industrial que ese entonces pertenecía al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, cumpliendo con los requisitos que lo establecía dicha dirección quien se encargaba de todo lo relacionado con el Derecho de Propiedad Industrial, ya que no existía en ese año la Ley de Propiedad Intelectual como tal. No obstante, a partir del año 1998 que se expide en el Ecuador la Ley de Propiedad Intelectual con registro oficial N°320, ya se realizan los registros y renovaciones conforme a dicha ley en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial bajo la supervisión del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) entidad encargada de velar por los derechos de Propiedad Intelectual. Por lo tanto, coincide el proceso de registro y renovaciones con lo que estipula la Ley de Propiedad Intelectual conjuntamente con el Reglamento a la ley, así también como la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones.

A partir de la nueva renovación de la marca El Salinerito que corresponde para el año 2024, la misma se la tendrá que realizar ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) bajo los requerimientos de dicha institución, mas no ya en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), como lo venían realizando hasta la segunda y actual renovación; todo esto debido al decreto ejecutivo 356 emitido por el presidente de la República Lenin Moreno Garcés el 03 de abril de 2018 que transforma de IEPI en SENADI otorgándole así nuevas atribuciones basado en proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso y correcta aplicación de la Propiedad Intelectual en el Ecuador.

## CAPÍTULO V – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5. Conclusiones y Recomendaciones

#### 5.1. Conclusiones

El Salinerito es una marca que se encuentra protegida legalmente hasta la actualidad ya que se encuentra debidamente registrada, y a partir de sus renovaciones que ha tenido las mismas se dieron enmarcadas en la Ley de Propiedad Intelectual que se encontraba vigente hasta el año 2016. Su nueva renovación de darse el caso y que se encuentra prevista para el año 2024 deberá llevarse a cabo bajo la nueva normativa legal que se encuentra vigente en el Ecuador como es el Código de Ingenios.

No existen conflictos legales por uso indebido y plagio de la marca El Salinerito hasta el momento de la investigación; únicamente se está iniciando con las respectivas notificaciones a varios establecimientos comerciales en la ciudad de Guaranda que no poseen la autorización como puntos de venta de los productos representados por la marca, ya que existe en la ciudad un solo punto de venta que está legalmente autorizado por la Corporación Grupo Salinas.

Los beneficios que conlleva el estar registrada la marca el Salinerito desde el punto de vista jurídico es estar protegida por diez años con opción a renovación, otorgándole a la Corporación Grupo Salinas derechos sobre la marca como el de tomar o iniciar acciones legales contra terceros que quieran hacer uso indebido, copiar algún signo distintivo o a su vez plagiarla; estas acciones legales pueden ser administrativas, civiles e incluso penales.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda a la Corporación Grupo Salinas otorgar licencias de uso para la explotación de la marca El Salinerito, así se evitaría un abuso por comerciantes menores que hacen un uso indebido de la marca. Ya que una vez que se otorgue licencias estas deberán ser inscritas ante autoridad nacional competente en los derechos de Propiedad Intelectual (SENADI).

Realizar un control frecuente y severo por parte de la Corporación Grupo Salinas a vendedores de la provincia y el país, debido a que suelen adquirir los productos de El Salinerito al por mayor, para luego comercializarlos sin autorización del titular.

Recomendar a las autoridades que se encuentran frente a la Corporación Grupo Salinas, que sean más flexibles con futuros investigadores, en el momento de proporcionar información y/o autorización.

Dentro del campo investigativo se recomienda incentivar a realizar proyectos de investigación sobre la Propiedad Intelectual, ya que es una rama del derecho que varias veces pasa desapercibida y es infravalorada.



## BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, S. (2012). *La protección de la marca en el derecho de propiedad intelectual* [tesis: previa la obtención del título de Abogada de los Tribunales de la República, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. Repositorio Institucional UNIANDES. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2962>
- Código Orgánico de la Economía Social de los conocimientos, creatividad e innovación. 09 de diciembre de 2016. R.O No. 889
- Código Orgánico Integral Penal [COIP]. Art. 208A. 10 de febrero de 2014. (Ecuador).
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. . 20 de octubre de 2008. (Ecuador).
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. Art. 57. Núm. 12. 20 de octubre de 2008. (Ecuador).
- Constitución de la República del Ecuador [Const]. Art. 322. 20 de octubre de 2008. (Ecuador).
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 1°. 20 de marzo de 1883.
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 6°. 20 de marzo de 1883.
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 7°. 20 de marzo de 1883
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 9°. 20 de marzo de 1883
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 10°. 20 de marzo de 1883
- CONVENIO EN PARÍS para la protección de la propiedad industrial. Artículo 11°. 20 de marzo de 1883

Decreto ejecutivo 356 de 2018 [Presidente Constitucional de la República]. La creación del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. 18 de abril de 2018.

Decisión 486 Régimen Común sobre Propiedad Industrial. La comisión de la Comunidad Andina. 14 de septiembre de 2000.

Encuentro, G. d. (s.f.). *www.derechosintelectuales.gob.ec*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

Encuentro, G. d. (s.f.). *www.derechosintelectuales.gob.ec*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/signos-distintivos/>

Encuentro, G. d. (s.f.). *www.derechosintelectuales.gob.ec*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/el-iepi-se-transforma-en-senadi/>

Group, V. L. (s.f.). *velaelegalgroup.com*. Obtenido de <https://velaelegalgroup.com/la-propiedad-intelectual-su-relevancia-actual-y-como-obtenerla/>

OMPI. (2013). *www.wipo.int*. Obtenido de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/442/wipo\\_pub\\_442.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/442/wipo_pub_442.pdf)

OMPI. (2016). *www.wipo.int*. Obtenido de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_895\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf)

OMPI. (2019). *www.wipo.int/*. Obtenido de [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_1056.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1056.pdf)

OMPI. (s.f.). *www.wipo.int*. Obtenido de [https://cerlalc.org/wp-content/uploads/documentos-de-interes/odai/ODAI\\_DOCUMENTOS\\_DE\\_INTERES\\_Que\\_es\\_la\\_propiedad\\_intelectual\\_V1.pdf](https://cerlalc.org/wp-content/uploads/documentos-de-interes/odai/ODAI_DOCUMENTOS_DE_INTERES_Que_es_la_propiedad_intelectual_V1.pdf)

Romero, A. G. (17 de 02 de 2018). *VANITYFAIR*. Obtenido de <https://www.revistavanityfair.es/lujo/articulos/tolentino-denuncia-tommy-hilfiger-por-plagio/29148>

Trujillo, E. (10 de abril de 2021). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/accion-penal.html>

*www.propiedadintelectual.gob.ec.* (s.f.). Obtenido de  
[https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/7\\_estudio\\_derechos\\_de\\_autor\\_frente\\_la\\_ley\\_or\\_g\\_comunicaci%C3%B3n\\_y\\_la\\_lorcpm.pdf](https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/7_estudio_derechos_de_autor_frente_la_ley_or_g_comunicaci%C3%B3n_y_la_lorcpm.pdf)

## ANEXOS

## Anexo I. Autorización de la Corporación Grupo Salinas

**UEB**  
UNIVERSIDAD  
ESTATAL DE BOLIVAR

FACULTAD DE  
JURISPRUDENCIA Y  
CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

Guaranda, 05 de julio de 2022

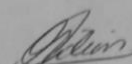
Ingeniero  
Hugo Toalombo  
COORDINADOR GENERAL DE LA CORPORACION GRUPO SALINAS.

De mi consideración:

Luego de expresarle un cordial saludo, a la vez deseándole éxitos en sus funciones que las viene desempeñando acertadamente en beneficio de la Corporación Grupo Salinas. Yo **ANA DIDIAN GONZALES ALBERTERIS**, coordinadora de la carrera de Derecho de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Estatal de Bolívar, por medio del presente, pongo en conocimiento de su persona, que el señor **DANIEL ALEXIS GAVILANES YÁNEZ** con C.I 0202502209 como egresado de la Carrera de Derecho, se encuentra desarrollando el proyecto de Integración Curricular con el tema **"LA PROTECCIÓN LEGAL DE LA MARCA EL SALINERITO EN LA PARROQUIA SALINAS CANTÓN GUARANDA PROVINCIA DE BOLIVAR"**, como modalidad de titulación para obtener el Grado de Abogado de los tribunales y juzgados de la Republica del Ecuador. Motivo por el cual se encuentra desarrollando su tema de Investigación en la parroquia Salinas perteneciente al cantón Guaranda provincia de Bolívar, para lo cual solicito de la manera mas comedida a su persona, se pueda facilitar toda la información posible referente a la Marca "El Salinerito". Dejando en claro que toda la información que sea proporcionada al estudiante será única y exclusivamente con fines académicos.


Por la favorable atención que dé a este pedido, reitero mis sinceros agradecimientos.

Atentamente;

  
Dra. Ana Didian González Alberteris  
Coordinadora de Carrera

Recibido  
5/07/2022  
74-36  
5201424466

## Anexo II. Título del primer registro legal de la marca El Salinerito

  
 REPUBLICA DEL ECUADOR  
 MINISTERIO DE INDUSTRIAS, COMERCIO, INTEGRACION Y PESCA  
 DIRECCION NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL


TITULO No. DNPI-0709-94-MICIP

LA DIRECCION NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL: Vista la solicitud de registro como MARCA DE FABRICA, Trámite No. 36731 de enero 25 de 1993 y habiendo cumplido con todos los requisitos de ley, RESUELVE REGISTRAR dicha marca, por el tiempo de DIEZ AÑOS, contados a partir de la presente fecha, de acuerdo con los datos siguientes:

DENOMINACION	:	SALINERITO Y LOGOTIPO
TITULAR	:	FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS "FUNORSAL"
DOMICILIO	:	Salinas de Guaranda, Provincia de Bolivar, Ecuador
NACIONALIDAD	:	ecuatoriana
REPRESENTANTE LEGAL	:	Germán Vásquez Ch.
APODERADO	:	
FECHA DE VENCIMIENTO	:	abril 15 del 2004
PRODUCTOS	:	Productos comprendidos en la Clase Internacional 31.
DESCRIPCION DE LA MARCA	:	Igual a la etiqueta adjunta, con todas las reservas que sobre ella se hacen.

Quito, a 15 de abril de 1994

*Diego Montalvo Escobar*  
 DR. DIEGO MONTALVO ESCOBAR  
 DIRECTOR NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL



SP/WERV

### Anexo III. Certificado de renovación de la marca El Salinerito

**Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual**

  
**IEPI**

Dirección Nacional de Propiedad Industrial

**CERTIFICADO DE RENOVACION No. 2460 – IEPI**

**INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL – IEPI – Dirección de Documentación y Estadística.** Quito, 28 de junio de 2004 Vista la solicitud de renovación No. 43983, presentada el 12 de febrero de 2004, de registro de Marca de Productos No. 708, otorgado el 15 de abril de 1994. De conformidad con lo dispuesto en los artículos 152 y 153 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones, concordantes con los artículos 212, 213 y 359 de la Ley de Propiedad Intelectual. Una vez cumplidos los requisitos legales y reglamentarios, y en ejercicio de la delegación de funciones constante en la Resolución No. 03-02-DNPI-IEPI, publicada en el Registro Oficial No 28, de 24 de febrero de 2003, se OTORGA este certificado de renovación y se ordena su inscripción y marginación, con los datos siguientes:

DENOMINACION:	<b>SALINERITO Y LOGOTIPO</b>
PRODUCTOS QUE PROTEGE:	Clase internacional No. 30
TITULAR:	<b>FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS FUNORSAL</b>
FECHA DE VENCIMIENTO:	15 de abril de 2014
DOMICILIO:	Calle Tibospungo y Los Incas, Salinas de Guaranda, Bolívar, Ecuador
REPRESENTANTE:	Hugo Vásconez


  
**DR. RAMIRO BRITO RUIZ**  
**DIRECTOR DE DOCUMENTACION Y ESTADISTICA**




FV



**Anexo IV. Cesión de Derechos de marca y logotipo “El Salinerito”**

  
**NOTARIA TERCERA  
DEL CANTÓN GUARANDA**  
**AB. ELIANA GONZÁLEZ RUIZ**  
REGISTRADA

**COPIA**



De la Escritura de CESSION DE DERECHOS DE MARCA Y LOGOTIPO

Otorgado por FUNDACION DE ORGANIZACIONES DE SALINAS-FUNORSAL

A favor de CORPORACION GRUPO SALINAS


Cuantía USD 500,00 DOLARES AMERICANOS

Guaranda, 15 de NOVIEMBRE del 20 11

**Dirección: Jhonson City s/n y Sucre**

EXISTEN A MI CARGO LOS ARCHIVOS DE LOS SEÑORES NOTARIOS  
CORNELIO RUIZ, ALEJANDRO SILVA, JUAN ANSELMO GALARZA,  
CARLOS LEÓN VELASCO, JAIME LÓPEZ Y MARCELA YANEZ.

## Anexo V. Título de renovación con cambio del titular



 Instituto Ecuatoriano  
de la Propiedad  
Intelectual

**Dirección Nacional de Propiedad de Intelectual**
**Título N° 20-15**


En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 163520 de 12 de diciembre de 2014, se procede a OTORGAR el título que acredita el registro del NOMBRE COMERCIAL, trámite número IEPI-UJO-PI-SD-2013-51145-RE, de noviembre 27 de 2013.

<b>DENOMINACIÓN</b>	SALINERITO y logotipo
<b>ACTIVIDADES QUE PROTEGE</b>	Actividades comerciales relacionadas con la comercialización de productos y servicios de las Clases Internacionales N° 29, 30, 25, 24 y 35.
<b>DESCRIPCIÓN DEL SIGNO</b>	Igual a la etiqueta adjunta con todas las reservas que sobre ella se hacen.
<b>VENCIMIENTO</b>	12 de diciembre de 2024
<b>TITULAR</b>	CORPORACION GRUPPO SALINAS
<b>DOMICILIO</b>	VIA AL CALVARIO S/N Y SAMILAGUA, SALINAS DE GUARANDA - ECUADOR.
<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	VARGAS CHAMORRO, CLAUDIO FARIAN


Quito D.M., 5 de enero de 2015

  
 Abg. Francisco Ticina  
 DIRECTOR NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL (E)

J.C.R.



Instituto Ecuatoriano  
de la Propiedad  
Intelectual  
en su representación legal  
@PEIDAAA30754  
#iudi7



**SALINERITO**



**Anexo VI. Fotografía de la visita a la Corporación Grupo Salinas, con el señor  
Coordinador General Ing. Hugo Toalombo**



**Anexo VII. Fotografía de la visita a la Fundación de Organizaciones de Salinas  
“FUNORSAL”**



**Anexo VIII. Fotografía de la visita a la Fundación de Organizaciones de Salinas  
“FUNORSAL”, con el Ing. Flavio Duran**

