

# intelectual

Revista N° 2 / Noviembre 2020

www.senapi.gob.bo



Gobierno del Estado Plurinacional de

**BOLIVIA**

Ministerio de  
Desarrollo Productivo y  
Economía Plural



**un SENAPI**

*Digital, Moderno y Seguro*



**senapi**

SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL



**Estado Plurinacional de Bolivia**  
Jeanine Áñez Chávez  
Presidenta Constitucional del Estado Plurinacional de Bolivia

**Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural**  
Adhemar Guzmán Ballivián  
Ministro de Desarrollo Productivo y Economía Plural

**Servicio Nacional de Propiedad Intelectual**  
Oscar Menacho Farah  
Director General Ejecutivo - Senapi

**Revista Intelectual**  
Gestión 2020

**Edición y Corrección**  
Jocelyne Almendra Molina Miranda

**Diseño y Diagramación**  
Andrea Bohórquez Morales  
Jose Hermes Parada Cornejo



***“El Estado registrará y protegerá la propiedad intelectual,  
individual y colectiva de las obras y descubrimientos de los autores,  
artistas, compositores, inventores y científicos  
en las condiciones que determine la ley”***

**Artículo 102  
Constitución Política del Estado**



# Índice

- 5 Presentación
- 6 La Propiedad Intelectual
- 8 Importancia de las Sociedades de Gestión Colectiva en Bolivia
- 12 Evite que su Trámite sea Observado
- 14 Fomentando una Cultura Inclusiva a través del Registro de Obras
- 16 Beneficios del Registro de Signos Distintivos en los Nuevos Emprendimientos
- 20 La Importancia del Registro de Marca para los Emprendedores
- 24 Marca País Bolivia, Avances y Agenda Pendiente
- 28 Inmunología y Patentes Anticuerpos Contra el Cáncer
- 32 Hacia el Gobierno Electrónico
- 34 Fortalecimiento Normativo en Derechos de Autor y Derechos Conexos
- 36 La Propiedad Intelectual y el Desarrollo, en Tiempos de Pandemia Covid-19
- 38 Quinoa Real Orgánica, Grano de Oro
- 40 Senapi a Nivel Nacional

# Presentación

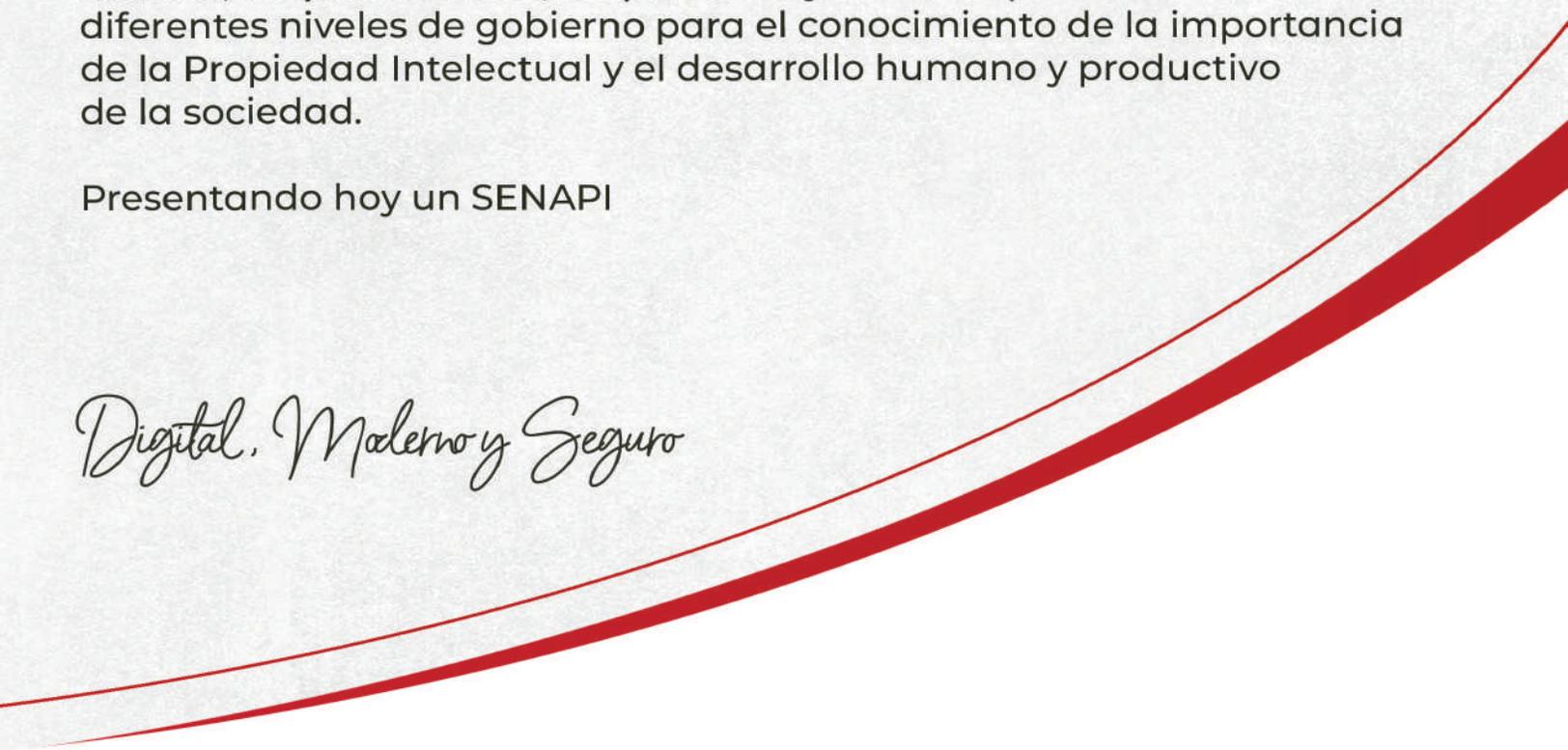
La Revista Intelectual, es una publicación bimensual editada bajo lineamientos del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, en cuyo contenido se desarrolla un trabajo de investigación de los técnicos y Directores del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual - SENAPI especializados en las materias de Derecho de Autor y Derechos Conexos, Propiedad Industrial, Infracciones y otros.

Siendo la propiedad intelectual un activo intangible que actualmente podría constituirse en el valor más importante en una empresa y buscando sensibilizar y promocionar la importancia, el respeto y la protección de la misma y de sus creadores, como también la difusión de los servicios que presta el SENAPI, se presenta la revista en su segunda edición.

Corresponde resaltar que la propiedad intelectual estimula la orientación y priorización hacia la investigación, fortaleciendo e impulsando a los artistas, inventores, innovadores y emprendedores a la comercialización de los activos intangibles resultado de la creatividad e innovación; es así que los artículos que se presentan más adelante son una fuente de información importante referida a los temas ya mencionados, constituyéndose, la presente revista, en un recurso muy útil para estudiantes, profesionales, artistas, emprendedores, empresarios y también para autoridades de los diferentes niveles de gobierno para el conocimiento de la importancia de la Propiedad Intelectual y el desarrollo humano y productivo de la sociedad.

Presentando hoy un SENAPI

*Digital, Moderno y Seguro*





# LA PROPIEDAD INTELECTUAL

**DR. OSCAR MENACHO FARAH**  
**DIRECTOR GENERAL EJECUTIVO SENAPI**

En términos generales, la Propiedad Intelectual se entiende por toda creación del intelecto humano, ya que los seres humanos tenemos la capacidad de crear.

Los derechos de Propiedad Intelectual en el campo industrial, científico, literario y artístico, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), protegen los intereses de los innovadores y creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones.

En Bolivia, este 2020, el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI se ha fortalecido significativamente en cuanto a la protección de los derechos de la Propiedad Intelectual de nuestros usuarios, tanto en la parte sustancial como procedimental. Sustancial, debido a las capacitaciones de los técnicos de la institución en diversas áreas por parte de expertos en la materia de instituciones

internacionales, tales como: OMPI, INDECOPI del Perú, USPTO de EEUU y otros. Y procedimental, porque hemos realizado la necesaria tarea de actualizar los reglamentos y procedimientos de los trámites de Propiedad Intelectual que presta el SENAPI.

El desafío que visionamos es posicionar una institución fuerte y a la altura del Siglo XXI, un SENAPI Digital, Moderno y Seguro. Este tiempo difícil que hemos vivido los ciudadanos del mundo, por la pandemia de Covid-19 y sus consecuencias, nos apresuró a enforcarnos en la tramitología administrativa digital, y hoy estamos avanzado en los trámites de consultas en línea, trámites de Derechos de Autor y Derechos conexos en línea, y la conclusión de las primeras etapas de trámites de Propiedad Industrial en línea, Patentes, Signos Distintivos, Infracciones y otros de gran beneficio para nuestros usuarios. La tarea de digitalizar toda la tramitología del SENAPI es una política institucional imprescindible en este tiempo.

Las diversas capacitaciones que el personal técnico especializado de Propiedad Industrial y Derechos de Autor y Derechos conexos del SENAPI

brinda a la sociedad civil, universidades, profesionales, estudiantes y organizaciones gubernamentales, han sido intensificadas, ya que como institución estamos al servicio de la comunidad. Las capacitaciones han sido realizadas en su gran mayoría de forma virtual y algunas de manera presencial tomando el cuidado del uso responsable de todas las medidas de bioseguridad que nos señala la norma para este tiempo.

Es importante también justificar, la gestión de apertura de oficinas del SENAPI en todo el territorio nacional, en los nueve departamentos del país. Con esta decisión estratégica de presencia nacional en oficinas distritales de Pando, Beni y Potosí, se logra la ampliación institucional.

El fortalecimiento de la oficina en la ciudad de Santa Cruz, que hoy se encuentra en nuevas instalaciones, adecuadas a la institución, en el Edificio de la Cámara de Industria y Comercio - CAINCO, con el propósito de acercarnos a los potenciales usuarios de la protección jurídica de Marcas, Patentes, Signos Distintivos, Derechos de Autor y Derechos Conexos.

Hoy no podemos mirar el pasado, tenemos la responsabilidad de mirar hacia el futuro y construir un SENAPI de todos, a través del trabajo de digitalización en nuestros trámites, AUNQUE tenemos usuarios de otros países, es importante enfocarse a que los bolivianos puedan crear, inventar, producir ciencia y conocimiento, y que puedan obtener una seguridad jurídica de sus creaciones. Es por eso la trascendencia de seguir avanzando en la promoción y difusión de la importancia de la Propiedad Intelectual en nuestro País, para así fomentar la creatividad, conocimiento e innovación contribuyendo al desarrollo económico y productivo de nuestra Bolivia.

Noviembre de 2020

# Importancia de las Sociedades de Gestión Colectiva en Bolivia

*GABRIELA ARANCIBIA PEREDO  
DIRECTORA DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, SENAPI*

La importancia de la conformación de las Sociedades de Gestión Colectiva, radica en que los autores, artistas, intérpretes y ejecutantes son titulares de derechos morales y patrimoniales, como primera opción ellos ejercen la gestión individual a través de la emisión personal de cesiones, licencias, u otros documentos respecto a la autorización por el uso de sus creaciones, no obstante de ello, también existe la figura de la gestión colectiva, que brinda mecanismos tecnológicos, experiencia de administración y la posibilidad de otorgar licencias también a nivel internacional con sus homólogos a través de convenios de reciprocidad para la gestión masiva.



Una Sociedad de Gestión Colectiva es una organización privada y sin fines de lucro, que representa a un sector artístico, cultural o intelectual para realizar la gestión masiva de sus derechos morales y patrimoniales a través de la negociación de tarifa con los usuarios y la otorgación de licencias con el fin de recaudar y distribuir lo concerniente al derecho patrimonial a nivel nacional y a nivel internacional gracias a la firma de convenios de reciprocidad con sus homólogos.

Entre la ventajas que tiene pertenecer a una Sociedad de Gestión Colectiva está que estas

instituciones cuentan con un asesoramiento técnico y legal a efectos de la otorgación de licencias; realizan un seguimiento de cuándo, dónde y qué obras se utilizan; negocian con los usuarios las tasas y otras condiciones; conceden licencias para el uso de obras protegidas en nombre de sus miembros y de otros titulares de derechos a los que representan; recaudan las tasas que abonan los usuarios y las distribuyen entre los titulares de los derechos; y ejercen la defensa del derecho moral de los autores, artistas, intérpretes o ejecutantes, permitiéndole al autor, artista, interprete u otro titular de derechos gozar de mayor tiempo para dar vida a nuevas creaciones ya que delega la administración de sus derechos patrimoniales a una sociedad de gestión colectiva.

El marco normativo para la constitución y regulación de una Sociedad de Gestión Colectiva, en adelante S.G.C., está basada principalmente en: la Decisión 351 de la Comunidad Andina, la cual establece que los gobiernos estatales sean los reguladores y fiscalizadores de las S.G.C. Resultado de aquello, se crea el SENAPI como la entidad con la tuición para la fiscalización de las SGC. A través del Decreto Supremo Nro.27938, con ello se establecen los parámetros de constitución y funcionamiento del SENAPI a través de la ley 1322 el reglamento de Ley - Decreto Supremo 23907 y el reglamento específico de S.G.C.

Todas las Sociedades de Gestión Colectiva deben actuar bajo los principios de Legalidad, Transparencia, Comportamiento Ético, Celeridad, Reciprocidad, Proporcionalidad, Meritocracia, Control de Calidad al Artista Nacional, Protección Equitativa del Derecho Moral y Patrimonial.

En Bolivia a la fecha existen 4 Sociedades de Gestión Colectiva legalmente constituidas:

- **Sociedad Boliviana de Autores y Compositores de Música - SOBODAYCOM**
- **Asociación Boliviana de Artistas, Intérpretes y Ejecutantes de Música - ABAIEM**
- **Asociación Boliviana de Productores Fonográficos - ASBOPROFON**
- **Sociedad de Gestión Colectiva de Escritores de Bolivia - ESCRIBO**

Las cuales deben obtener la renovación anual de la licencia de funcionamiento otorgada por el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual a través de la Dirección de Derecho de Autor y Derechos Conexos del SENAPI, cuyos requisitos se encuentran contemplados en el Artículo 39 del Reglamento específico de Sociedades de Gestión Colectiva.

Considerando que solo podrá constituirse una sociedad en cada rama de creación literaria, artística, científica o de derechos conexos. En la gestión 2020 se ha promovido la constitución de nuevas Sociedades de Gestión Colectiva, gestión en la que se han ido asesorando en el proceso de constitución a las siguientes sociedades de gestión colectiva con el fin de que den cumplimiento al Artículo 32 del Reglamento Específico de Sociedades de Gestión Colectiva.



Nombre de la Asociación - Sociedad	Rama de Creación o interpretación	Estado
<b>ABCH</b>	Comic	En proceso de constitución
<b>FILMAR BOLIVIA</b>	Productores y autores del Cine y el Audiovisual	En proceso de constitución
<b>SGCADE</b>	Artes Digitales y Electrónicas	En proceso de constitución
<b>Sociedad Boliviana de Modelaje, Diseño de Moda e Indumentaria</b>	Modelaje, diseño de moda e indumentaria	En proceso de constitución
<b>ASODANZ</b>	Danza	En proceso de constitución
<b>SGAI</b>	Artistas escénicos intérpretes. (teatro, instalación, performance, declamación, cuenta –cuentos, modelaje, pantomima, danza, danza folclórica, cine radio, tv locución, doblaje de voz, voz en off, títeres, circo, cabaret, variedades, stand up, ilusionistas, imitadores, acróbatas, cómicos, payasos, malabaristas	En proceso de constitución
<b>VAP</b>	Sociedad de Gestión Colectiva Visual Autores y Productores	En proceso de constitución
<b>CAAAB Colectivo de Actores y Actrices del audiovisual Boliviano</b>	Sociedad de Gestión Colectiva de Intérpretes de las artes audiovisuales.	En proceso de constitución

Cabé aclarar que, ninguna de las mencionadas puede considerarse una Sociedad de Gestión Colectiva hasta cumplir al 100% los requisitos establecidos en el Reglamento Específico de Sociedades de Gestión Colectiva.

De esta manera, estimado lector, si quieres recibir mayor información acerca de cómo proteger tus obras o quizás desees conformar una nueva Sociedad de Gestión Colectiva, te invitamos a visitar nuestras redes, acudir a las oficinas a nivel nacional y recibir la información que necesites, pues recuerda que el Senapi está a tu servicio y protegemos tu creación.

# EVITE QUE SU TRÁMITE SEA OBSERVADO

*DAYANA MILENKA AGUILAR RADA  
TÉCNICO EN DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS, SENAPI*

La Dirección de Derecho de Autor y Derechos Conexos del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, es la autoridad competente encargada de los registros relacionados a la creación del intelecto humano, que engloba una amplia selección de obras literarias, artísticas y científicas.

En ese entendido, diariamente se reciben diferentes clases de solicitudes de nuestros autores, que son procesados por el personal técnico de la Dirección de Derecho de Autor y Derechos Conexos, quienes verifican que la documentación ingresada cumpla con los requisitos exigidos, asimismo, se observan posibles vulneraciones al Derecho de Autor en relación al uso de fotografías, imágenes, música, obras protegidas y otros aspectos de forma antes de otorgar la respectiva Resolución Administrativa.

Por esta razón, se presenta a continuación un “ABC” de los errores más comunes que se debe tomar en cuenta a la hora de presentar las solicitudes para evitar que su trámite sea observado.

Para hacer tus trámites virtuales puedes ingresar a:

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

## RECUERDA:

Se debe verificar que toda la documentación adjuntada sea completa y de acuerdo a los requisitos de solicitud, además que los soportes de la obra tengan el contenido correspondiente.

En caso de usar imágenes o fotografías de otros autores, se debe reconocer la autoría con nombre y apellido, además de contar con el permiso correspondiente de uso, o en su defecto el link de descarga.

En caso de usar música de fondo, se debe contar con el permiso correspondiente del autor o en su defecto recabarlo de SOBODAYCOM.

Si la obra presenta logotipos institucionales o de empresas privadas, se debe contar con el correspondiente permiso de uso por escrito para tal efecto, en caso de no ser posible, es mejor no ingresarlos.

Cuando la titularidad de una obra recae sobre una persona jurídica, se debe adjuntar el NIT, testimonio de poder, memorándum de designación o contrato de trabajo, para verificar la relación.

En caso de que el titular sea una persona natural o jurídica diferente al autor, se debe adjuntar el correspondiente contrato de "Cesión de Derechos" o documento equivalente.

Al momento de llenar el formulario, los datos consignados deben ser idénticos al de la cédula de identidad del autor y titular.

Por último, en el caso de obras escritas, el título debe consignarse de manera idéntica en el formulario, respetando puntuaciones, mayúsculas y/o minúsculas.

# FOMENTANDO UNA CULTURA INCLUSIVA A TRAVÉS DEL REGISTRO DE OBRAS

ADRIANA ZUBIETA MOLINA  
ENCARGADA DE DESARROLLO DE PROYECTO, SENAPI

Cuando hablamos de inclusión nos referimos a la actitud, tendencia o política de integrar a todas las personas en la sociedad, con el objetivo de que estas puedan participar, contribuir y beneficiarse en este proceso. Donde todos puedan tener las mismas posibilidades y oportunidades para realizarse como individuos, creando obras, siendo valorados por sus producciones y reconocidos como autores.



## Fragmento canción: Soy igual que tú

*“Les quiero contar que me encanta ser yo  
Y eso a muchos les cuesta entender  
Me gustaría que todos me acepten  
Tal como soy.  
Yo quiero ser parte de este mundo  
yo soy igual que tu  
Me encanta bailar saltar y cantar  
También con mis amigos jugar.”*

**Bruno Lazcano Flores – 11 Años; Persona con TEA**

En el fragmento de la obra de Bruno se refleja la realidad de una persona con autismo y como quiere ser visto en nuestra sociedad es por eso que el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual a través de la Dirección de Derechos de Autor y Derechos Conexos tomando conciencia de la importancia de generar una cultura inclusiva y la gran riqueza de diversidad artística que tienen nuestros niños en nuestro país ha creado el programa CREA-VALORA-REGISTRA que tiene como finalidad promover la producción y registro de obras literarias y artísticas de niños, niñas y adolescentes hasta los 18 años con y sin discapacidad.

Cuando una sociedad reconoce la importancia de impulsar a un niño a crear una obra, entiende que las producciones artísticas y literarias son una excelente herramienta para el desarrollo del ser humano a nivel cognitivo, social, afectivo, motriz y para reforzar sus aprendizajes.

Es por eso que el programa CREA-VALORA-REGISTRA no solo involucra a niños, niñas y adolescentes con y sin discapacidad, sino que además cobra un rol protagónico el apoyo de las familias, los maestros y profesionales.

El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual brinda capacitación sobre el registro de obras a familias, maestros y profesionales, además de capacitaciones en áreas relacionado al desarrollo y estimulación de niños, niñas y adolescentes a través del arte; de esta manera acompañamos a las personas con discapacidad en su lucha diaria por hacer valer sus derechos procurando potenciar al máximo sus habilidades y ser reconocidos a través de sus creaciones.

Únete a los cientos de familias, maestros, artistas y profesionales como impulsor de la inclusión, los tipos de obras que pueden ser creadas son diversas como nosotros entre las más comunes puede elegir crear cuentos, poemas, historietas, pinturas, dibujos, tejidos, artesanías, etc.

Recuerda que juntos fomentamos una cultura inclusiva.

# BENEFICIOS DEL REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS EN LOS NUEVOS EMPRENDIMIENTOS PARA LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

*SARINA KATTERIN BUSTAMANTE BUSTAMANTE  
RESPONSABLE DE SIGNOS DISTINTIVOS, SENAPI*

Cuando una empresa busca establecerse en el mercado, frecuentemente elige un signo distintivo (marca) para lograrlo. El concepto de signo distintivo (marca) e identidad es crear una apariencia y sensación identificable inmediatamente y reconocible en el mercado. Una buena marca puede incrementar el valor del producto y de la empresa misma. La identidad de la compañía en el mercado puede fácilmente lograr o borrar su rentabilidad completamente.

Es importante entender y no olvidar, que nuestros emprendimientos, sean estos, pequeños, medianos o grandes no solo deben registrar su denominación o razón social en FUNDEMPRESA para ingresar al mercado, es de vital importancia otorgarle a esta denominación social, un signo distintivo con el cual, el o los consumidores, puedan identificar los diferentes productos o servicios ofrecidos ante su público consumidor.

Los signos distintivos: son todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para distinguir un producto, servicio o establecimiento, de otros de su misma especie, clase o actividad en el mercado, a través de signos distintivos que a su vez se clasifican en: marcas, lemas comerciales, marcas colectivas y nombres comerciales; esta clasificación es catalogada más a menudo como el bien intangible más valioso de un negocio ya que a través de éste, el público consumidor identifica cierta calidad e imagen relacionadas directamente con los productos o servicios que se ofrecen en el mercado, es decir; estas figuras se han convertido en una herramienta estratégica para el crecimiento y posicionamiento de una empresa o negocio.

Es cierto que los signos distintivos pueden usarse en el mercado sin estar registrados en el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual SENAPI; sin embargo, cuando los signos distintivos (marcas, lemas comerciales, marcas colectivas, y nombres comerciales) se registran y publican, el titular del derecho de dicha marca tiene los siguientes beneficios:



- El derecho exclusivo al uso del signo para distinguir los productos o servicios para los cuales se solicitó.
- El derecho exclusivo al uso en todo el territorio boliviano
- El derecho exclusivo de prohibir el uso sin su consentimiento, ya que, con el registro o publicación, informa a terceros que éste es un derecho de propiedad particular.
- Al ser un bien intangible, el signo distintivo puede ser el activo más rentable de su negocio.
- Al ser un bien comercial, existe la posibilidad de garantizar un crédito.
- Transmite mensajes conceptuales e identificadores al público consumidor.
- Un registro de marca o solicitud en trámite sirve como base en otros países para solicitar el registro de una marca.
- Permite el ejercer acciones legales de protección en contra de terceros que lo usen sin autorización.
- Evita la competencia desleal.

Por lo anteriormente expuesto, es importante considerar que si se tiene un nuevo producto y deseas iniciar un negocio, es importante que registres la marca, ya que de este modo puedes garantizar que nadie más copie aquello que has creado. En este artículo compartimos contigo algunas ventajas de registrar una marca en Bolivia y algunos consejos para el registro.

1. En primer lugar cuentas con una protección jurídica respecto a la marca, garantizándote el derecho exclusivo a utilizarla para identificar bienes o servicios por un período de 10 años renovables indefinidamente.
2. Puedes aprovechar y ceder derechos de una marca a terceros a través de contratos de licencia.
3. Al registrar tu marca, obstaculizarás los intentos de los competidores desleales por utilizar signos distintivos similares.
4. Se pueden ejercer acciones penales en contra de terceros por uso malicioso y obtener el decomiso de las mercaderías falsificadas.
5. También otorga acciones civiles de indemnización de perjuicios por el uso no autorizado de su marca.
6. A su vez se otorgan acciones o demandas de oposición a una solicitud de registro o de nulidad a un registro ya otorgado, de manera que el titular de un registro marcario tiene la posibilidad de impedir que un tercero logre registrar una marca similar o idéntica a la suya para la misma cobertura o relacionada. En caso de no haberse opuesto a tiempo, también puede intentar anular una marca otorgada por el SENAPI.
7. La protección por medio del registro marcario permite a las personas y empresas con aptitudes e iniciativa producir y comercializar bienes y servicios en las condiciones más justas posibles, con lo que se incentiva el comercio internacional.
8. Exclusividad respecto del material que cuenta en el registro.
9. Seguridad respecto de no invadir derechos de terceros, ya que te garantizas que luego de una revisión afirmativa, nadie más podrá reclamar que usas su marca, ya que se ha certificado que eres el dueño exclusivo de ella.
10. Eleva el valor de tu empresa, ya que las marcas son sujetas de avalúo y aumentan así el valor patrimonial de dicha entidad favoreciéndote.
11. Otorga la Posibilidad de licenciar o franquiciar la marca, ya que se pueden conceder licencias o franquicias para que, a cambio de regalías, sea un tercero quien use la marca, ya sea en todo el país o en territorios previamente designados.

## Tips para registrar un signo distintivo

1. Ten mucho cuidado con las palabras que uses al momento de registrar la marca, hay una serie de palabras denominadas "inventadas" o "fantasiosas", si bien pueden ser mas "pegajosas" en probable que induzcan a error en tu producto
2. Fíjate en que las palabras guarden relación con el producto.
3. Cuidado con las palabras que impliquen insinuaciones que puedan inducir a error, esto porque luego puede traerte problemas.

4. Verifica antes de registrar la marca que esta cumpla con todos los requisitos legales.

5. Verifica que la marca que vayas a registrar NO es idéntica o tan similar a otra que pueda inducir a confusión. Antes de presentar una solicitud de registro de marca, debes cerciorarte de que se ha llevado a cabo una búsqueda de marcas para estar seguro de que la marca que piensa utilizar, o una similar, no ha sido ya registrada por otra empresa para productos idénticos o similares a los tuyos.

6. Recuerda que la protección de las marcas es por clase. En general, se tiende a exigir que en el formulario de solicitud de marca se indiquen los productos o servicios, o ambos, para los que desea registrar la marca y agruparlos con arreglo a "clases". Estas son el sistema de clasificación de marcas, que permite almacenar ordenadamente información sobre marcas registradas conforme a los tipos de productos o servicios. Se facilita así la búsqueda de información en las bases de datos sobre marcas. Es esencial registrar la marca en todas las clases en las que se piense usarla. No debemos olvidar que el registro de signos distintivos es UNICLASE, es decir, una clase por registro.

7. Ten cuidado con la utilización de la misma marca para productos diferentes. Es posible utilizar marcas distintas para líneas diferentes de productos de una misma empresa. Dependiendo de cuál sea la estrategia de marca de tu empresa, serás libre de decidir si usa la misma marca para todos sus productos, ampliando así el número de productos de la marca cada vez que se lance uno nuevo, o si usas una marca diferente para cada línea de productos.

Aplicar una marca ya existente a productos nuevos permitirá que el nuevo producto se beneficie de la imagen y reputación de la marca. Sin embargo, el uso de una marca nueva, más específica y relacionada con el nuevo producto, ofrece la ventaja de que la empresa podrá dirigir ese producto a un grupo específico de consumidores (por ejemplo, niños, adolescentes, etc.) o crear una imagen determinada para la nueva línea de productos.

No olvidemos que entre más vea un cliente tu marca en el mercado, más frecuentemente la considerará para compra. Si la marca e identidad se mantienen realmente constantes, el cliente estará más dispuesto a sentir que la calidad es consistente y convertirse en un seguidor leal de la marca. Sin embargo, esto significa que el producto debe mantener una consistencia que refleje la imagen también.



# LA IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE MARCA PARA LOS EMPRENDEDORES

**MABEL SILVA MORALES**  
**RESPONSABLE DE MODIFICACIONES, SENAPI**

Cuando una persona toma la decisión de emprender un negocio, dentro del rubro que desee, además de potenciar su trabajo sobre algún producto o servicio determinado, trabaja también en la creación de su marca o su nombre comercial, con el cual se presentará dentro del mercado, debido a que esta creación brindaría identidad a su negocio, ayudando a destacar y a darse a conocer entre sus potenciales clientes y/o consumidores.

La marca o nombre comercial permite diferenciarse de los demás competidores dentro del mercado convirtiéndose así en un activo intangible – es decir el bien de una empresa que no se representa en forma física – lo que genera que el empresario que invierte en registrar su marca se asegura la posibilidad de crecer geográficamente, prevenir, evitar las copias y poseer la exclusividad de una marca o nombre comercial a escala nacional para determinados productos o servicios.

El registro de la marca o nombre comercial ante la oficina nacional competente en el país, en este caso el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, es muy importante ya que tiene como finalidad evitar que otra persona, natural o jurídica, copie o intente sacar provecho de ella sin el consentimiento de su titular.

Ante esta importancia resulta necesario que el emprendedor o empresario, se cuestione sobre cómo deben proteger sus activos intangibles mediante el registro de sus marcas o su nombre comercial, obteniendo beneficios que además de otorgarles exclusividad como titulares también les sirve para que puedan conceder licencias de uso, a efectos de que puedan dar a conocer sus productos o servicios no solo a nivel nacional, sino también a escala internacional, y poder establecer sus canales de distribución dentro de diferentes mercados.





Al ser los signos distintivos medios identificadores que utiliza un empresario para distinguir sus productos, servicios o su establecimiento comercial de otros dentro del comercio, estos signos pueden ser objeto de modificaciones dentro de su vigencia, mediante una transferencia, una fusión un cambio en su domicilio o en su nombre, modificaciones que deben ser registradas ante el SENPI a efectos de que sean oponibles a terceros, asimismo el signo registrado es susceptible de renovación cada diez años, conforme lo prevé la Decisión 486 de la Comunidad Andina, norma supranacional relacionada con la protección de los derechos de Propiedad Industrial.

Al referirnos a las transferencias de marcas nos enfocamos en el cambio de titularidad, mediante el cual una marca puede ser transferida por una compraventa, una cesión de derechos, o a consecuencia de una sucesión hereditaria, transferencias que se registran dentro del SENAPI con la presentación del documento que acredite la misma.

De la misma forma, las empresas en general deben considerar que en algunos casos la suma de las mismas puede resultar una mejora o un crecimiento que obedece a estrategias empresariales en busca de ventajas para ambas, y la marca como activo intangible va obedecer a estas estrategias; algo que como consumidores podemos ver a través de las fusiones de empresas, por lo cual estas se van agrupando en nuevos entes, en búsqueda de objetivos comunes, estas fusiones también deben ser registradas también ante el SENAPI.



**LA MARCA ES UN ACTIVO MUY VALIOSO**



# **APRENDAMOS LOS CONCEPTOS SOBRE SIGNOS DISTINTIVOS**

## **MARCA**

Signos que distinguen productos o servicios en el mercado, se constituyen en activos intangibles para sus titulares y otorgan el derecho de exclusividad y exclusión a terceros.

## **MARCAS COLECTIVAS**

Son aquellos signos distintivos que se aplican a productos o servicios cuyos titulares son una colectividad organizada, estableciéndose condiciones expresas para que el uso de la misma se haga de forma homogénea.

## **MARCAS DE CERTIFICACIÓN**

Son aquellos signos aplicados a productos o servicios, cuando estos cumplen determinados requisitos cualitativos o cuantitativos relevantes en el mercado; estos no son usados por sus titulares, sino se autoriza el uso de los mismos a productos o servicios que cumplan dichos requisitos.

## **CLASIFICADOR DE NIZA**

Es la nomenclatura utilizada internacionalmente para clasificar productos (clases 1 a la 34) y servicios (clases 35 a la 45), empleada como herramienta en materia marcaría.

## **NOMBRE COMERCIAL**

Es aquel signo distintivo que identifica un origen empresarial determinado, se adquiere con su primer uso en el comercio y se mantiene el derecho con su uso real y constante.

## **LEMA COMERCIAL**

Es aquel signo distintivo auxiliar que acompaña a una marca, dándole realce. Es un accesorio de la marca y se la registra bajo los mismos términos.

# FAMILIA DE MARCAS

Es aquel grupo de signos distintivos que incorporan en su conjunto un elemento común que los identifica como de la misma procedencia empresarial.

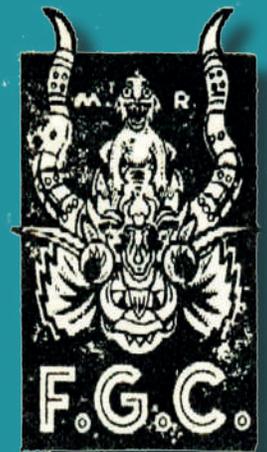
# MARCA DERIVADA

Es aquel signo distintivo que significa una variante no sustancial de un registro previamente adquirido, siempre que se aplique a los mismos productos para los cuales se solicitó el registro.



# MARCAS NOTORIAS

Son aquellos signos distintivos que por su forma de explotación, adquirieron un alto reconocimiento en el público consumidor, rompiendo los principios de especialidad y de territorialidad.



# OPOSICIONES

Son los procesos instaurados en contra de una solicitud de registro de signo distintivo, cuando se considera que la misma vulnera derechos previamente adquiridos de terceros, la colectividad, o cuando existan indicios suficientes de que la misma fue solicitada de mala fe.

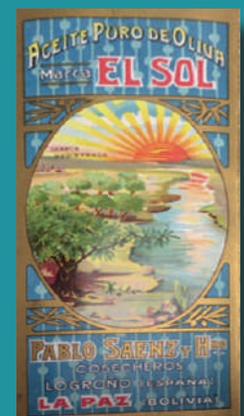
# LA ACCIÓN DE INFRACCIÓN DE MARCA

Constituye la vulneración al derecho subjetivo del titular, el cual busca evitar la perpetración o la continuación de los actos que configuran una infracción, evitando consecuencias nocivas de dichos actos, sirviendo como mecanismo preventivo frente a aquellas infracciones que no se han perfeccionado aún y que se encuentra en etapa de desarrollo o preparatorio, permitiendo así la adecuada reparación de los perjuicios causados contra cualquier persona que infrinja ese derecho.



# MEDIDA EN FRONTERA

Tiene por objeto suspender la importación o exportación de las mercaderías que infrinjan el derecho de titular de una marca.



# RENOVACIÓN

Una renovación es un trámite administrativo que sirve para mantener la vigencia de una marca, esta renovación debe ser solicitada seis meses antes de cumplir los 10 años de vigencia de la misma o máximo seis meses después, caso contrario la marca entra en caducidad.

# MARCA PAÍS BOLIVIA, AVANCES Y AGENDA PENDIENTE

*SILVANA SANCHEZ TAPIA  
RESPONSABLE DE OPOSICIONES, SENAPI*

Empecemos recordando que la Marca País es un signo distintivo que “representa la identidad nacional hecha útil, hecha tangible y que se pueda de alguna manera vender, es algo que representa a todo un país y que lo posiciona a la hora de conseguir ciertos elementos económicos, pero también a la hora de atraer a la inversión extranjera, capital, incluso talento (...)”.

Los avances en las comunicaciones por la tecnología, el desarrollo de una nueva cultura empresarial y los cambios en los modelos de negocios, están propiciando un fenómeno cada vez más fuerte, relacionado con el descubrimiento de una identidad propia y única de los países en el entorno empresarial, es importante mencionar que un elemento relevante en el desarrollo de la competitividad de un país, es la construcción y consolidación de su imagen en mercados nacionales e internacionales.

La Marca País, entonces, es un vehículo creador de destino, atractivo para las inversiones, el turismo, un ícono fascinante para captar la necesidad de ser y pertenecer en la permanente construcción de la identidad.

## **Un poco de historia...**

Entre los años 2010 hasta el 2017, Bolivia desarrolló una marca netamente turística denominada “Bolivia te espera”, el proyecto para el desarrollo de la marca país “Bolivia Corazón del Sur” fue impulsado por el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural de Bolivia.

Entre los años 2014 a 2016, se realizó un proceso de investigación,

entrevistas y análisis a nivel nacional e internacional, el resultado de éste fue la emisión del D.S. 3357 de 11 de octubre del 2017, con el cual se crea la marca país Bolivia y se constituye un comité de gestión. Según el artículo 2 del referido cuerpo normativo, se crea la marca país, como una herramienta para proyectar la imagen y la identidad del Estado boliviano. Respecto al comité, el decreto establece que se constituye como instancia responsable de emitir directrices, lineamientos estratégicos y regulaciones además de impulsar la Marca País “Bolivia Corazón del Sur”, misma que fue presentada oficialmente el 12 de octubre del 2017 en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra junto a representantes del sector público y privado.

Para el desarrollo de su diseño se tuvo que llevar a cabo una investigación de mercados, que se basó en entrevistas y grupos focales en los que participaron representantes de distintos ámbitos de la economía boliviana.

## Acciones y avances....

### A nivel nacional

Bolivia ha hecho esfuerzos con el objetivo de posicionarse en el contexto internacional, la Marca País Bolivia que viene acompañada del lema Corazón del Sur, es el resultado del aporte del sector empresarial privado y de las autoridades ligadas a la economía boliviana.

A casi tres años de su lanzamiento y presentación se han desarrollado diferentes acciones y actividades buscando el posicionamiento y apropiación de la marca país Bolivia en el ámbito nacional e internacional, sin embargo, no existe alguna medición de los resultados que puedan mostrar el alcance e impacto de las actividades realizadas hasta la fecha.

No obstante, entre las actividades desarrolladas en anteriores gestiones se destacan las siguientes:

- Gestión 2018: se inició una estrategia de implementación y posicionamiento de la Marca País Bolivia – MPB.

- Gestión 2019: se realizó la reconducción de actividades y revisión de la Imagen y Slogan. "Corazón del Sur".

- Gestión 2020: Activación de la Marca en el carnaval de Oruro

El Carnaval de Oruro es un evento folclórico y cultural en Bolivia, así como la máxima representación de los carnavales, declarado "Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad" por la Unesco.

Bajo la estrategia comunicacional "Bolivia es Grande" que fue presentada en conmemoración del Segundo Aniversario de la Marca País Bolivia, es que se realizó en el pasado mes de febrero una activación durante el carnaval de Oruro, bajo los siguientes parámetros:

- Proceso de socialización para que la población conozca lo que es una Marca País Bolivia.

## A nivel regional

El tema de Marca País se ha venido trabajando desde el año 2017 en el marco de la Comunidad Andina, basada en una propuesta planteada por Perú sobre un proyecto de decisión para la protección comunitaria de la Marca País.

Desde la conformación del Comité Andino Ad Hoc de Propiedad Intelectual (CAAPI) en el tema específico de Marca País 2017, se han realizado reuniones tanto presenciales como a distancia en las que Bolivia ha participado junto a las diferentes representaciones de entidades vinculadas a Propiedad Intelectual de la Comunidad Andina, las mismas han ido desarrollando una propuesta de texto a través de documentos de trabajo cuya versión última se perfila como "Proyecto de Decisión: Régimen común sobre Marca País".



Cabe señalar que uno de los fundamentos para la implementación de una normativa especial de la Marca País respecto a los Estados miembros es su reconocimiento y protección, pues coadyuva a la productividad de los mismos, precisamente atendiendo a su naturaleza e importancia por ser una herramienta de promoción e imagen positiva del país a nivel nacional e internacional.

Por ello, se requiere no solo de dicho reconocimiento sino también de un mecanismo oportuno y eficaz para su protección siendo este una responsabilidad del mismo Estado, ya que la “Marca País” no se encuentra asociado a la distintividad de productos o servicios de orden privado, sino a la identidad e imagen de un Estado parte.

Por los conflictos sociales suscitados en octubre de 2019 tras las elecciones, y, por la pandemia a raíz del Coronavirus que se vive todavía a nivel mundial, la Marca País Bolivia ha ingresado en un receso involuntario, quedando como agenda pendiente la promoción y difusión de este signo como herramienta de posicionamiento económico y social enlazada a lo que es la realidad del País basándose en lo que existe, en lo que es real, auténtico y en lo que se puede vender para posicionar de una manera objetiva pero real.

Es importante tener en cuenta que la construcción de una imagen País requiere del diseño de herramientas de comunicación efectivas que permitan fortalecer las relaciones internacionales en sectores como el turismo, la inversión, las exportaciones, y auspiciar encuentros oficiales entre Estados, la proyección nacional, la estandarización de los símbolos patrios y la promoción de conciencia ciudadana.

# INMUNOLOGÍA Y PATENTES

## ANTICUERPOS CONTRA EL CÁNCER

**ANELIZ NINAHUANCA TERÁN**  
**RESPONSABLE DE PATENTES, SENAPI**

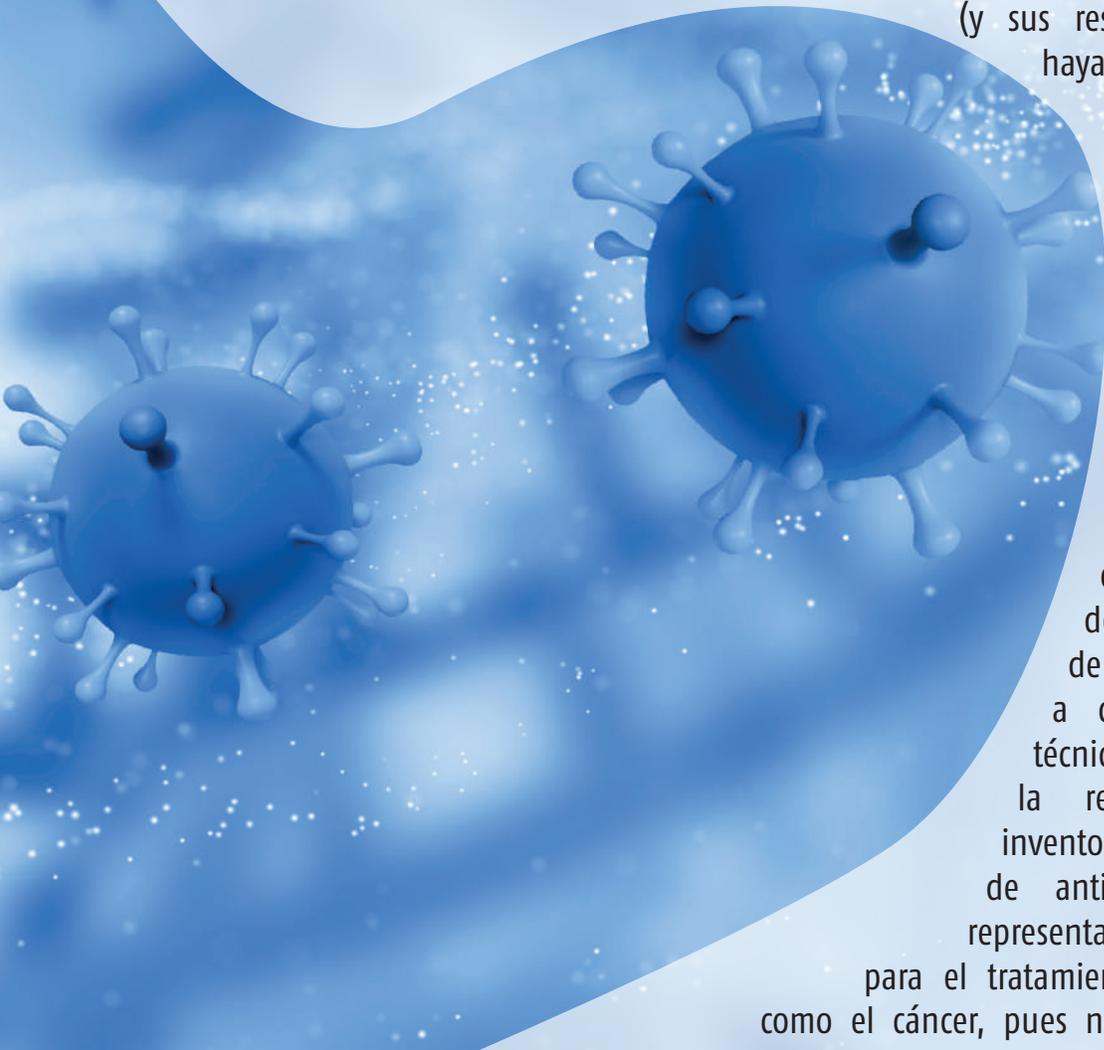
El cáncer es una de las enfermedades de mayor acción y evolución de los últimos años, su capacidad de reproducción en un organismo vivo y el índice de bajas en la población mundial<sup>1</sup> ha traído a los científicos un desafío que con los años se ha convertido en un trabajo de nunca acabar, pues desde el descubrimiento del efecto del gas mostaza sobre los glóbulos blancos en la segunda guerra mundial, el afán por mejorar e implementar nuevas técnicas y productos que coadyuven al tratamiento de diferentes tipos de cáncer ha incrementado, siendo las patentes uno de los sistemas que recaba y protege información de los últimos avances en inmunoterapia, técnica de mayor aplicación para contrarrestar los efectos de los distintos tipos de cáncer.

Así surge la Terapia dirigida, rama que resulta de aproximadamente 100 años de investigación con alrededor de 150 patentes solicitadas en Bolivia a partir del año 2001. Cada tipo de terapia dirigida funciona de manera un tanto diferente, pero todas interfieren con la capacidad de las células cancerosas para crecer, dividirse, repararse y/o comunicarse con otras células.



Los tipos modernos de terapia dirigida incluyen el uso de anticuerpos monoclonales y fármacos antiangiogénicos<sup>2</sup>.

En el laboratorio, los científicos analizan antígenos específicos de la superficie de células cancerosas (diana) para determinar una proteína que corresponda al antígeno. Luego, utilizando proteínas de animales y humanos, los científicos trabajan para crear un anticuerpo especial que se adhiera al antígeno diana. Esta tecnología permite dirigir el tratamiento hacia células específicas, causando una menor toxicidad para las células sanas. La terapia con anticuerpos monoclonales puede usarse sólo en tipos de cáncer cuyos antígenos (y sus respectivos anticuerpos) hayan sido identificados.<sup>2</sup>



Es de esta forma que los científicos dan a conocer los resultados de sus estudios protegiendo sus derechos como inventores, o b t e n i e n d o certificados de patentes que coadyuvan al desarrollo tecnológico de un país, pues dan a conocer los aspectos técnicos relevantes para la reproducción de su invento y, en la elaboración de anticuerpos, cada uno representa y constituye un avance para el tratamiento de enfermedades como el cáncer, pues no todos los pacientes reaccionan de la misma forma.

1 American Cancer Society. 2013. Principios de la quimioterapia. Un análisis exhaustivo de las técnicas y su papel en el tratamiento del cáncer.

2 Terapia dirigida: Anticuerpos monoclonales, antiangiogénesis y otras terapias contra el cáncer. (<http://www.chemocare.com/es/chemotherapy/what-is-chemotherapy/terapia-dirigida.aspx>)

## HISTORIA

Durante la década de 1980 a 1989 los anticuerpos monoclonales (mAb) murinos crearon la expectativa de revolucionar el tratamiento de muchas enfermedades, debido a su gran especificidad y homogeneidad. Sin embargo, las primeras aplicaciones terapéuticas mostraron como limitación el desarrollo de respuesta inmune contra secuencias de las regiones constantes de los mAb murinos por los pacientes tratados. Esta respuesta, conocida como HAMA (Human Anti-Mouse Antibodies) tiene efectos patogénicos expresados en inflamación articular, eritema cutáneo y falla renal, entre otros. Se caracteriza además, por aumentar con la administración de dosis repetidas, trayendo como consecuencia una reducción de la actividad benéfica del mAb, probablemente derivada de la disminución de su vida media. Así, los mAb murinos sólo hallaron aplicación en los campos del diagnóstico clínico, análisis biológico en actividades productivas e investigación<sup>3</sup>.

Un mAb, por definición, corresponde al producto de un clon de linfocito B con una especificidad definida y también única. A César Milstein y George Köhler, galardonados con el Premio Nobel de Medicina y Fisiología en 1984, se les atribuye el mérito de haber desarrollado la tecnología de fusionar un linfocito B con una célula de mieloma, generando un hibridoma, el que conserva tanto la propiedad del linfocito B de producir mAb como la capacidad de la célula de mieloma de replicarse en cultivo, pudiendo mantenerse en forma indefinida. Con el fin de superar la limitación de la respuesta HAMA de los mAb murinos, mediante la tecnología de ADN recombinante se modeló un mAb que tuviera mayor proporción de proteína humana en su estructura. Esto ha permitido el desarrollo de anticuerpos quiméricos (chAb), anticuerpos humanizados (hzAb), y más recientemente, anticuerpos monoclonales completamente humanos o fully human (fhAb).<sup>3</sup>

El mecanismo de acción de los distintos anticuerpos consiste en el Bloqueo de una respuesta, previniendo el acceso de mediadores solubles (citoquinas), por unión al mediador o a su receptor; la Marcación de células tumorales por unión a antígenos específicos, permitiendo la opsonización y posterior destrucción de la célula por lisis mediada por el mAb y dependiente del sistema del complemento; el desencadenamiento de señales intracelulares, inductoras de apoptosis a través de anticuerpos antiidiotipo; el transporte de sustancias radiactivas o citostáticas y; la potenciación de la respuesta inmune de células T dirigida contra antígenos tumorales desconocidos. Entre estos se encuentran los anti-CD40, anti-CD137, anti-CTLA-4, anti-BAT2.<sup>4</sup>

A continuación, a modo de ejemplos se dan a conocer tres solicitudes de patentes que describen la estructura y función de anticuerpos monoclonales que se enlazan a antígenos relacionados con el Factor Estimulante de Colonias 1, con el Factor de Crecimiento Epidérmico y con antígenos asociados a los riñones, todos ellos empleados para el tratamiento de cáncer.

3Aguillón, J., Contreras, J., Dotte, A., Cruzat, A., Catalán, D., Salazar, L., Molina, M., Guerrero, J., López, M., Soto, L., Salazar-Onfray, F., Cuchacovich, M. 2003. Nuevas armas inmunológicas para la medicina del siglo XXI: Terapia biológica basada en el uso de anticuerpos monoclonales de última generación. Revista Médica Chile 131: 1445-1453.

4 [http://web.educastur.princast.es/proyectos/biogeo\\_ov/2BCH/B5\\_MICRO\\_INM/T52\\_INMUNOLOGIA/informacion.htm](http://web.educastur.princast.es/proyectos/biogeo_ov/2BCH/B5_MICRO_INM/T52_INMUNOLOGIA/informacion.htm)



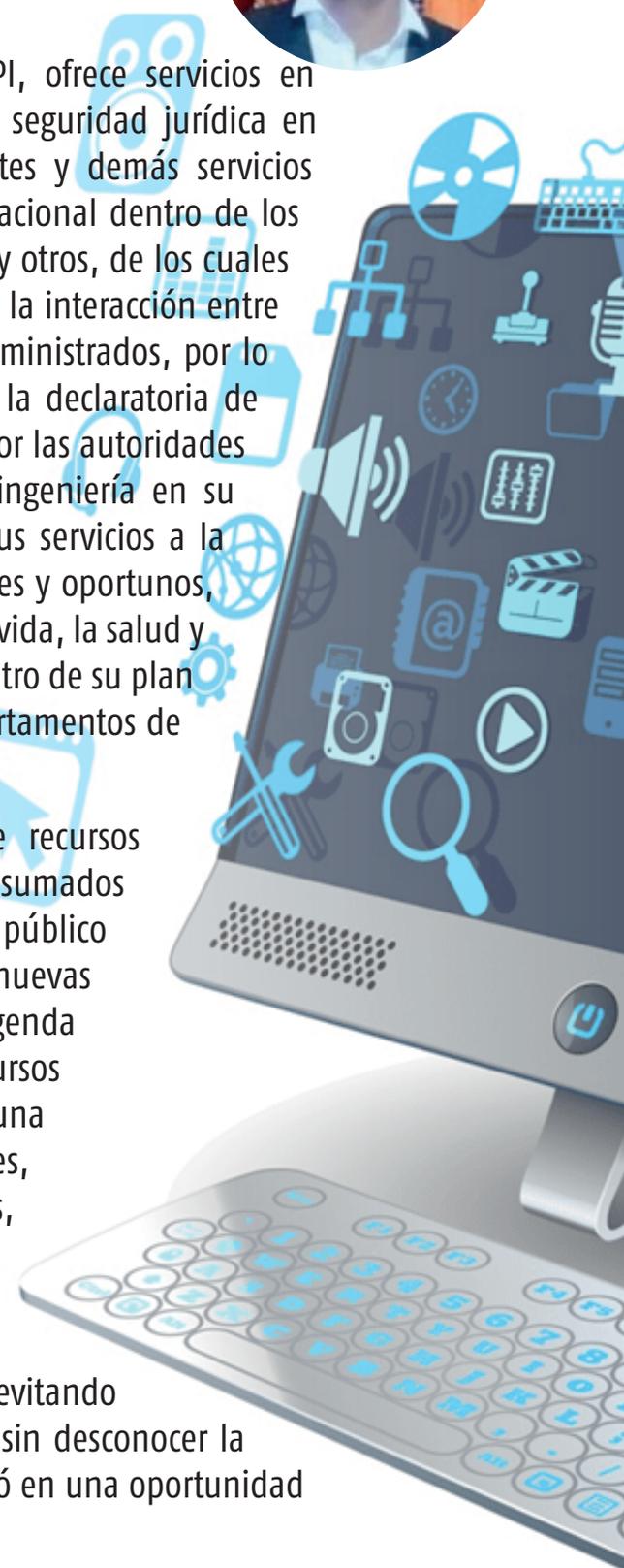
# HACIA EL GOBIERNO ELECTRÓNICO

**ARMANDO QUIROZ ROCHA**  
**DIRECTOR JURÍDICO, SENAPI**



El Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI, ofrece servicios en todo el territorio nacional que principalmente generan seguridad jurídica en las invenciones, creaciones, registro de marcas, patentes y demás servicios establecidos en su marco normativo, con alcance internacional dentro de los acuerdos vigentes en la Comunidad Andina de Naciones y otros, de los cuales el Estado Boliviano forma parte. Estos servicios requieren la interacción entre la autoridad o funcionarios públicos y los usuarios o administrados, por lo que en atención a la pandemia mundial del COVID 19, la declaratoria de emergencia nacional de salud y la cuarentena emitida por las autoridades competentes, el SENAPI ha tenido que realizar una reingeniería en su personal y sus procedimientos para seguir brindando sus servicios a la población, cada vez más eficaces, eficientes, transparentes y oportunos, bajo estrictas normas de bioseguridad, y así resguardar la vida, la salud y el trabajo de sus funcionarios y población en general, dentro de su plan de crecimiento y presencia del Estado en los nueve departamentos de Bolivia.

Ahora bien, esta reingeniería demandó inversión de recursos económicos, por lo que ante estos nuevos paradigmas sumados a las exigencias del Siglo XXI para el ejercicio del servicio público y sin afectar el actual presupuesto, se implementaron nuevas estrategias y políticas de inversión pública bajo agenda de prioridades y estrictas reglas de reducción de recursos económicos; a tal efecto, el SENAPI ha realizado una revalorización de su personal mediante capacitaciones, actualización de normativa interna, entre otras actividades, corrigiendo debilidades naturales por tema Pandemia Covid 19 y potencializando sus fortalezas, como consecuencia y beneficio inmediato el SENAPI ha sabido reinventarse para hacer frente a la presente situación, evitando la baja de calidad de sus servicios, llegando a concluir, sin desconocer la pandemia a nivel mundial, que esta situación se convirtió en una oportunidad para crecer y consolidar a la entidad y sus servicios.





Por la situación supracitada y en cumplimiento de la Ley N° 164 General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y los parágrafos I y II del Artículo 12 del Decreto Supremo N° 4218, que determinan entre sus objetivos, promover el uso de las tecnologías de información y la implementación de estrategias de digitalización para la atención de trámites y servicios en línea, en el marco de Plan de Implementación de Gobierno Electrónico, es que el SENAPI ha comenzado a caminar desde su área, como es la Propiedad Intelectual, una ruta responsable, sólida y programada de la implementación de una tramitología cien por ciento digital.

En cuanto a la Dirección Jurídica actualmente se cuenta, con una tramitología del veinte por ciento en los procesos de Acción por Infracción, Medidas Cautelares y Medidas en Frontera, teniendo el reto de concluir el proyecto de Tramitología Cien por Ciento digital el siguiente año 2021; es importante destacar que este trabajo está siendo elaborado, construido y ejecutado por personal del SENAPI, entre abogados de la Dirección Jurídica y personal del Área de Sistemas.

Con esta actividad estaríamos caminando hacia la meta de adecuar al Servicio Nacional de Propiedad Intelectual - SENAPI del Estado Boliviano al Gobierno Electrónico en el ámbito de sus competencias sobre Derecho Intelectual, hay mucha tarea es cierto, pero también es cierto que se ha comenzado a caminar hacia esos blancos de manera evidente, sólida y responsable.

# FORTALECIMIENTO NORMATIVO EN DERECHOS DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS

**GUILLERMO ERNESTO ENCINAS DELGADO**

**PROFESIONAL I – ABOGADO ENCARGADO DE SUSTANCIACIÓN DE PROCESOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL BAJO NORMA PROCESAL CIVIL DE LA DIRECCIÓN JURÍDICA, SENAPI**

El Convenio de Berna de 1886 es el instrumento internacional más antiguo del campo del Derecho de Autor, dicho instrumento jurídico forma parte de la compilación de Propiedad Intelectual del Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI junto con la Decisión 351 de la Comunidad Andina de Naciones y se encargan de dar las bases sustantivas para la protección del Derecho de Autor y Derechos conexos, mismos que dieron pie a que se promulgue en Bolivia la Ley de Derecho de Autor No. 1322 de 13 de abril de 1992 en la cual, el Art. 65 indica que los procesos por infracción a Derechos de Autor se resolverán por la vía judicial y bajo la tuición de la norma penal, es decir por la tipificación del delito, sin embargo, el procedimiento penal configura penas de baja cuantía para los delitos tipificados como Art. 362 Delitos Contra la Propiedad Intelectual, ya que la pena impuesta es de tres meses a dos años, lo que significa que los infractores gozarían de medidas sustitutivas y compensar el daño ocasionado sería poco probable como podría corroborarse por la cifra de procesos penales registrados en la actualidad en el Ministerio Público.

Por lo anteriormente expuesto es que el Servicio Nacional de Propiedad Intelectual – SENAPI propone dar un mayor nivel normativo que proteja de manera más rígida y eficaz los derechos de PI, esto mediante una nueva reglamentación y sea mediante Decreto Supremo, creando un sistema alternativo a la vía penal, dividiendo las infracciones en 2: las Infracciones por Contravención y las Infracciones por Delitos. Basando la división de estos en una cuantía de daño, como ocurre en materia administrativa tributaria, como es el caso del contrabando, para que de esta manera la contravención pueda ser procesada en sede administrativa y crear multas que beneficien al autor de una obra.

El proyecto de Decreto Supremo no infringe o contradice la hermenéutica jurídica o andamiaje jurídico en actual aplicación, más bien lo complementa, permitiendo al SENAPI cumplir de forma más efectiva y más pertinente con la protección de Derechos de Autor y Derechos Conexos, además, el proyecto de nueva reglamentación innova en la creación de multas administrativas por “contravención” y no por “delitos” en las infracciones.

Es así, que el reto ya está establecido y la actual gestión del SENAPI está trabajando en la socialización de la norma con las autoridades competentes y sociedad civil, confiando que en tiempo oportuno pueda entrar en vigencia.

# LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y EL DESARROLLO, EN TIEMPOS DE PANDEMIA COVID-19

*DIEGO SERGIO PALZA TORRICO*

*AUXILIAR ADMINISTRATIVO EN PROCESOS DE INFRACCIÓN DE LA DIRECCIÓN JURÍDICA, SENAPI*

El concepto de desarrollo es amplio por definición, pero es importante entenderlo porque forma parte de los objetivos principales del sistema mundial y de muchos sistemas nacionales de Propiedad Intelectual. En el pasado, el desarrollo se solía entender como sinónimo de modernización y crecimiento económico, de hecho, muchos expertos consideraban los dos últimos términos como objetivos primarios e indicadores del desarrollo internacional.

El crecimiento económico ha sido valorado más recientemente no como un fin en sí mismo, sino como facilitador de la libertad humana.

## LA IMPORTANCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA EL DESARROLLO

Un sistema bien equilibrado de concesión y explotación de derechos de PI constituye un factor de crecimiento económico, dado que fomenta la inversión y el comercio, y si además está diseñado y se utiliza de forma adecuada, también puede contribuir a la creatividad cultural, a la formación de profesionales, a impulsar la innovación tecnológica destinada a mejorar la salud, la nutrición, y a cosechar otros beneficios sociales.

La Propiedad Intelectual no ayuda necesariamente al desarrollo, ni tampoco lo obstaculiza, la manera en que se conciben y utilizan las leyes, políticas y prácticas en cada país determina la eficacia de la PI a los efectos del desarrollo. Las flexibilidades previstas por los tratados y acuerdos internacionales pueden facilitar el desarrollo, puesto que los países pueden utilizarlas para promover políticas públicas, tanto en esferas específicas como el acceso a productos farmacéuticos como para proteger su biodiversidad, o de manera más general, estableciendo condiciones macro y

microeconómicas e institucionales que promuevan el desarrollo, por ejemplo, hay países que deciden que las obras culturales estén ampliamente disponibles en el dominio público cuanto antes, con miras a que se pueda utilizar libremente el material, con lo que dichos países mantienen la protección del derecho de autor de conformidad con lo dispuesto en el Convenio de Berna y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio – ADPIC, que establecen que el periodo de vigencia de la protección del derecho de autor se prolonga hasta 50 años después de su muerte, otros países pueden optar por proporcionar ingresos durante más tiempo a sus industrias culturales, por lo que prolongan la duración de la protección del derecho de autor hasta 70 años después de su muerte.

Los países no son los únicos que pueden aprovechar las flexibilidades que ofrece la protección de la Propiedad Intelectual; empresas privadas e instituciones públicas como las universidades, también pueden gestionar las flexibilidades de la PI, por ejemplo, algunas empresas o instituciones podrían decidir la protección de sus productos de forma indefinida como secretos comerciales, en lugar de revelar los pormenores de un invento al público a cambio de 20 años de protección exclusiva por patente.

Las empresas o instituciones que optan por la protección de patente pueden fabricar y vender un producto por sí mismas, lo que añade valor económico a la organización y nuevos productos y servicios al mercado, también pueden trabajar conjuntamente con asociados para concertar licencias recíprocas sobre sus derechos de propiedad intelectual con miras a beneficiarse de la colaboración, por ejemplo, mediante el acceso a tecnologías complementarias o nuevos mercados.

Colaborar a través de la concesión de licencias sobre patentes puede resultar una opción especialmente atractiva para gobiernos, universidades y empresas del sector privado en los países en desarrollo, que quizá no cuenten con la capacidad de investigación y desarrollo o de acceso a los recursos científicos y técnicos para comercializar innovaciones.

Actualmente el SENAPI y sus servicios forman parte importante en el Desarrollo Económico, Inventivo y Creativo del País.

# QUINUA REAL ORGÁNICA, GRANO DE ORO

## ORGANIC ROYAL QUINUA, GOLDEN GRAIN

MARIOLY CHÁVEZ ARTEAGA

ANALISTA DENOMINACIONES DE ORIGEN Y RELACIONES INTERNACIONALES, SENAPI

### Resumen

El Sur de Bolivia, bendecido con la producción de un grano que contiene todos los nutrientes necesarios para la alimentación del ser humano y además recomendado para el tiempo de post Covid19 para el mundo entero.

Es por este motivo, que se vio la necesidad de proteger esta importante producción nacional y se otorga por primera vez en Bolivia la Denominación de Origen a la Quinua Real del Altiplano Sur de Bolivia.

Esta diferenciación le da un valor agregado y se convierte en una herramienta de comercialización para el comprador y el comercializador.

### Palabras Claves

Grano, Denominación de Origen, nutrición, posicionamiento, innovación

### Abstract

The South of Bolivia, blessed with the production of a grain that contains all the nutrients necessary for human nutrition and also recommended for the post-Covid19 time for the whole world.

This is the reason that is necessary to protect this important national production and for the first time in Bolivia was given a Denomination of Origin to the Royal Quinoa of the Southern Altiplano of Bolivia.

This differentiation gives added value and becomes a marketing tool for the commercialization.

### Keywords

Grain, Denomination of Origin, nutrition, positioning, innovation



Este valioso grano crece en las zonas altas de Oruro y Potosí, en los salares de Uyuni y Coipasa, adaptado a las características extremas de esta región, clima frío y seco. La sabia naturaleza ha regalado a Bolivia en esos suelos andinos y elevadas altitudes, un alimento que es de gran ayuda para el mundo en tiempos de covid-19 por su composición nutricional. Entre sus componentes, 11 aminoácidos; lisina, metionina, valina, inerales como el calcio, complejo B, vitaminas C y E, bajo contenido en grasas, o colesterol, libre de gluten y además es un alimento de rápida cocción, exquisito sabor, suave, fácil digestión y ahora utilizado en comida gourmet.

El SENAPI, otorga a la Quinoa Real del Altiplano Sur de Bolivia, la primer D.O. (Denominación de Origen), en el año 2002 mediante Resolución Administrativa, ratificada en el año 2009. Es así que, en el año 2020 se autoriza el funcionamiento al Consejo Regulador de la Denominación de Origen de la Quinoa Real del Altiplano Sur de Bolivia, con aprobación de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones, un reconocimiento para la protección y promoción a nivel nacional e internacional por sus características únicas y condiciones geográficas donde se genera. Además de los factores naturales, también el trabajo de sus productores en la elaboración tradicional y mediante sistemas de innovación.

Lo antes mencionado, permite a Bolivia competir en los mercados internacionales con un producto de excelentísima calidad, posicionando a la Quinoa boliviana como un alimento completo, y al SENAPI como la institución que brinda el servicio de registro y protección de la Propiedad Intelectual en Bolivia.



# A nivel nacional

Nuestra vida está relacionada en muchos sentidos con la propiedad intelectual. Los artículos que usamos, el vehículo que conducimos, los libros que leemos, las películas o programas que vemos, la bebida o el alimento que consumimos, la obra de arte que disfrutamos... Todos estos elementos tienen un origen común: son resultado del esfuerzo de la inventiva del ser humano y, por lo tanto, propiedad de sus creadores, que dedicaron tiempo, recursos y energías.

Sin esta actividad no hubieran sido posible los grandes descubrimientos, las más impactantes obras ni todas las cosas que permiten que nuestras tareas sean más simples y hasta placenteras.

Valorar la propiedad intelectual significa respetar el trabajo de esos creadores y evitar el uso de productos piratas o plagiados. Así como creemos en valores como la libertad, la justicia y la democracia, también debemos ponderar la importancia de la propiedad intelectual como motor del desarrollo económico y cimiento de la cultura.

## La Paz

La Oficina Nacional brinda atención a quienes buscan proteger su creación y da lineamientos a nivel nacional. Esta ubicada en Av. Argentina N° 1914, Edif. Angélica María, entre Villalobos y Díaz Romero, zona Miraflores



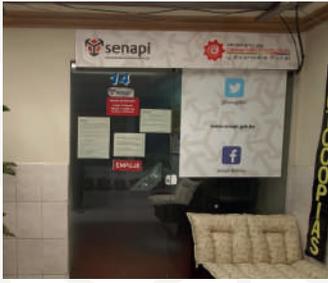
## Santa Cruz

Inauguró nuevas oficinas el 13 de octubre de 2020, en un ambiente con mayor comodidad, atiende con todas las medidas de bioseguridad. Esta ubicada en Av. Las Américas N° 7, Edif. Torres CAINCO, zona Centro 1er. Anillo, oficina Planta Baja.



## Cochabamba

Brinda atención de calidad a toda la población cocabambiana protegiendo las obras de nuestros artistas y emprendedores. Esta ubicada en la Calle Chuquisaca, N° 649, piso 2, entre Antezana y Lanza, zona Central - Noreste



# Oruro

Atiende a toda la población orureña, por su ventanilla única, con todas las medidas de bioseguridad. Ubicada en la Calle 6 de calvarez octubre, N° 5837 entre Ayacucho y Junin, Galeria Central, Ofi. 14



# Sucre

Atiende a toda la población chuquisaqueña, con calidad y calidez, promoviendo la protección de la creación humana. Esta ubicada en Calle Kilómetro 7, N° 366 casi esq. Urriolagoitia, zona Parque Bolivar



# Tarija

Atiende a toda la población tarijeña además de promover la protección de la propiedad intelectual. Está ubicada en la Calle Ingavi, N° 156 entre Colon y Suipacha, Edif. Coronado



# Potosí

Inaugurada el 26 de octubre de 2020, se cumplió finalmente con el pedido del pueblo potosino. Está ubicada en la Av. Villazón entre calles Wenceslao Alba y San Alberto, Edificio A.M. Salinas N° 242



# Beni

Inaugurada el 26 de octubre de 2020, fue muy bienvenida por la población de Trinidad. Esta ubicada en la Av. Bolivar Casi esq. 9 de abril en la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivian



# Pando

Inaugurada el 6 de noviembre de 2020, abre un espacio para que la población pueda proteger su protección. Esta ubicada en la Av. Las Palmas, campus Universitario UAP



### Oficina - La Paz

Av. Argentina N° 1914, Edif. Angélica María  
entre Villalobos y Díaz Romero.  
Zona Miraflores  
Telf.: (2) 211 5700 - 211 9276 - 211 9251  
snplapaz@senapi.gob.bo

### Oficina - El Alto

Av. Juan Pablo II. Edif. Multicentro  
EL CEIBO LTDA. Piso 2,  
Oficina 5B, Bloque B.  
Zona 16 de Julio  
snpelalto@senapi.gob.bo

### Oficina - Santa Cruz

Calle La Paz, Av. Las Américas  
Esq. Saavedra, N°7  
Torre Cainco Planta Baja  
snpsantacruz@senapi.gob.bo

### Oficina - Cochabamba

Calle Chuquisaca N° 649, Piso 2,  
entre Antezana y Lanza.  
Zona Central - Noreste  
snpc Cochabamba@senapi.gob.bo

### Oficina - Oruro

Calle 6 de Octubre  
entre Ayacucho y Junín, N° 5837.  
Galería Central, Of. 14 (Ex Banco Fie).  
snporuro@senapi.gob.bo

### Oficina - Tarija

Calle Ingavi N° 0385  
Entre Santa Cruz y Méndez.  
Zona La Pampa  
snptarija@senapi.gob.bo

### Oficina - Chuquisaca

Calle Kilómetro 7, N° 366  
casi Esquina Urriolagoitia.  
Zona Parque Bolívar  
snpsucre@senapi.gob.bo

### Oficina - Pando

Av. Las Palmas,  
Urbanización Las Palmas,  
Campus Universitario de la  
Universidad Amazónica de Pando  
snppando@senapi.gob.bo

### Oficina - Beni

Av. Bolívar casi Esq. 9 de Abril,  
Facultad de Medicina de la Universidad  
Autónoma del Beni José Ballivian  
Oficina Planta Baja  
snpbeni@senapi.gob.bo

### Oficina - Potosí

Av. Villazón entre Calles Wenceslao Alba y San Alberto,  
Edificio A.M. Salinas N° 242  
snppotosi@senapi.gob.bo

*Digital, Moderno y Seguro*



/senapi.bolivia



/senapi.bolivia



/senapibol



/Senapi Bolivia