



MANUAL DE DESARROLLO DE SIGNOS DISTINTIVOS VINCULADOS AL LUGAR DE ORIGEN PARA PYMES



Manual de desarrollo de signos distintivos vinculados al lugar de origen para PYMES

TITULAR

Luz Estrella Rodríguez
Ministra de Economía

APROBACIÓN DE EDICIÓN

Luz Estrella Rodríguez
Ministra de Economía

RESPONSABLE DE LA EDICIÓN

René Alberto Salazar, Director de Política Comercial

COORDINACIÓN EDITORIAL

José Domingo Castellanos, Subdirector de Negociaciones Comerciales Internacionales de la Dirección de Política Comercial

EQUIPO EDITORIAL

Carolina Esmeralda Hernández Aguilar, Asesora del Despacho Ministra de Economía

José Domingo Castellanos, Subdirector de Negociaciones Comerciales Internacionales de la Dirección de Política Comercial.

Jorge Camilo Trigueros, Negociador de Propiedad Intelectual y Compras Públicas de la Dirección de Política Comercial

Sofía Indira Bonilla de Taura, Consultora de la Dirección de Política Comercial

CORRECCIÓN DE ESTILO

Grupo Renderos

DISEÑO E ILUSTRACIÓN

Grupo Renderos

Ministerio de Economía
Dirección de Política Comercial

Este documento ha sido una iniciativa de la Presidencia del Consejo Nacional de Propiedad Intelectual
© 2018.

Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo financiero de la Unión Europea mediante la "Cooperación Financiera no Reembolsable otorgada por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) para continuar apoyando la negociación del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, Segunda Parte".



Presentación

El Ministerio de Economía, consciente de la importancia de la Propiedad Intelectual, ha impulsado la creación del presente manual, pues los signos distintivos son herramientas para los comerciantes y las empresas, como activos importantes para el desarrollo de su actividad comercial, al constituir un medio eficaz de canalización y fidelización de sus clientes.

Este documento constituye una herramienta de apoyo para las pequeñas y medianas empresas interesadas en desarrollar una protección vinculada al origen de sus productos para exportar a la Unión Europea, se encuentra basado en la normativa nacional, adaptado a la normativa internacional vigente para El Salvador y que además aplica para otros mercados del mundo y posee un contenido eminentemente práctico orientado a la necesidad de protección de los productos mediante el desarrollo, inscripción y administración de Marcas Colectivas, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

Es por ello que desde una perspectiva de facilitación de mecanismos que generen valor agregado a los productos originarios de distintas zonas geográficas y con el objeto de coadyuvar en la aplicación de la Política Nacional de Propiedad Intelectual, el Gobierno de El Salvador brinda a las PYMES información básica, fácil y práctica sobre las ventajas de la protección de sus productos mediante los signos distintivos, permitiendo comprender qué es una Marca Colectiva, una Indicación Geográfica o una Denominación de Origen.



CONTENIDO

Objetivo	07
1. Aspectos básicos	11
1.1 ¿Qué es una Marca Colectiva?.....	13
1.2 ¿Qué es una Indicación Geográfica?.....	13
1.3 ¿Qué es una Denominación de Origen?.....	14
1.4 ¿Quién puede solicitar la protección de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen?.....	15
1.5 ¿Qué se entiende por calidad, reputación y trazabilidad?.....	16
1.6 ¿Qué implica el desarrollo de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen?.....	17
2. Antecedentes históricos de productos con potencial de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen en El Salvador	19
3. Situación jurídica actual en el ámbito nacional e internacional del uso de Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen	19
3.1 Marco jurídico nacional para la protección, uso y desarrollo de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica y Denominación de Origen.....	20.
3.2 Tratados y Acuerdos Internacionales aplicables para la utilización de Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen	21
3.2.1 Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial	22
3.2.2 Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR).....	22
3.2.3 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).....	23
3.2.4 Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (ADA)	24
3.3 Derecho de competencia aplicable en el derecho de propiedad intelectual para la Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.....	24
4. Marcas colectivas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen con Reconocimiento internacional	25
4.1. El caso de la Chirimoya Cumbe de Perú su experiencia como Marca Colectiva	25
4.2. El caso del café de Colombia como Indicación Geográfica.....	26
4.3. El caso del Tequila Mexicano como Denominaciones de Origen	26





5. Oportunidades y desafíos para el desarrollo de una marca colectiva, indicación geográfica o Denominación de origen para la comercialización en mercados nacionales y extranjeros	27
6. Formas de organización para crear y operar una marca colectiva, indicación geográfica y Denominación de origen	30
a) Sociedad de Personas o de Capital.	
b) Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro.	
c) Contrato de Unión de Personas (UDP)	
7. Procedimiento registral de una marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen en el salvador	35
7.1 Procedimiento para inscribir una Marca Colectiva	35
a) Solicitud de registro de la Marca Colectiva	
b) Examen de la solicitud	
c) Registro de la Marca Colectiva	
d) Cambios en el reglamento de uso de la Marca Colectiva	
e) Licencia de la Marca Colectiva	
f) Uso de la Marca Colectiva	
g) Nulidad del registro de la Marca Colectiva	
h) Cancelación del registro de la Marca Colectiva	
7.2 Procedimiento para inscribir una Indicación Geográfica o una Denominación de Origen	37
a) Solicitud de registro.	
b) Examen de la solicitud.	
c) Otorgamiento del registro.	
8. Bibliografía	40



OBJETIVO

Coadyuvar en la aplicación de la Política Nacional de Propiedad Intelectual que el gobierno de El Salvador ha adoptado desde 2014, y brindar a los sectores interesados información sobre las ventajas competitivas de la protección de productos o servicios con signos distintivos, permitiendo comprender que es Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, para que toda persona interesada en solicitar protección estatal obtenga una guía práctica para la correspondiente inscripción y administración.





INTRODUCCIÓN.

Ante el constante cambio de los procesos de producción y comercialización de productos y el desafío de la globalización, es necesario adoptar medidas tendientes a garantizar la sostenibilidad y el desarrollo económico de productos salvadoreños. Con la creación del manual de procedimiento para el desarrollo de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, los productos potenciales de protección pueden ser reconocidos en el mercado nacional, pero principalmente en los mercados extranjeros por su calidad especial. En ese contexto, el Ministerio de Economía de El Salvador con el apoyo financiero del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), coadyuva en el desarrollo de la Política Nacional de Propiedad Intelectual (PNPI).

El Plan Quinquenal de Desarrollo 2014 – 2019 El Salvador productivo, educado y seguro (PQD 2014-2019) constituye el instrumento principal de Política Nacional dentro del cual se identifican como un medio para el desarrollo económico el reconocimiento de productos originarios de diversas zonas del país que pueden fungir como elementos dinamizadores de economías locales. Dentro de las líneas estratégicas contenidas en el PQD 2014- 2019 resalta dinamizar las economías locales a través de los Programas Pueblos Vivos y Pueblos Encantadores, creando y promoviendo productos y artesanías producidos por originarios de toda la población de zonas rurales, que impriman singularidad a su localidad. Dentro de este contexto, la Política Nacional de Propiedad Intelectual concebida para ser una herramienta que coadyuve a la ejecución del PQD 2014-2019, contiene dentro de sus ejes estratégicos el fortalecimiento del desarrollo local a través de la identificación de productos que pueden ser comercializados bajo un esquema de protección

de Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.

La especialidad de productos jurídicamente protegidos con un signo distintivo e identificado en el comercio como tal, con frecuencia utiliza los nombres de lugares geográficos originarios, los cuales han tenido reconocimiento de los consumidores por su calidad singular, tal es el caso del “Champagne”, champán o champaña como se reconoce en español, expresión geográfica utilizada exclusivamente para los vinos espumosos producidos en esa región francesa, restringiendo así la utilización genérica de su denominación de origen para los demás vinos espumosos producidos en el mundo es por ello que la protección oportuna se convierte cada día en una necesidad para el Estado, los productores y artesanos.

La ventaja competitiva de los productos que ostentan la protección de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen radica no solo en el ámbito jurídico nacional sino también en la posibilidad de protección internacional, abriendo la brecha comercial en mercados extranjeros en donde la calidad de un producto protegido en el país de origen también puede serlo en el país de comercialización, es por dicha razón que el presente manual desarrolla diferentes perspectivas tanto jurídicos, registrales, administrativas y de cooperación internacional para impulsar las iniciativas de productos con potencialidad de exportación hacia la Unión Europea y Asia en el marco de los acuerdos comerciales suscritos y de aprovechamiento de la propiedad intelectual.

La forma especial de propiedad intelectual sobre productos con una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, crea un derecho exclusivo de forma tal que nadie explotar



o crear un producto protegido sin autorización de su titular; es así pues que, con la creación de una Marca Colectiva, la exclusividad de su uso estará en manos de los titulares de la misma, caso contrario lo que sucede con una denominación de origen, donde el titular es el Estado, de allí que con el presente manual se pretenda sensibilizar a los productores y artesanos a organizarse para la protección de sus productos o materias prima con calidad de exportación. En el escenario anterior el dominio recae sobre la propia creación sin limitar que los agentes existentes en el mercado puedan fabricar un sustituto de sus productos dando paso a la eficiencia del mercado.

Este manual ahonda en la importancia económica de establecer una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, para productos potenciales por lo que se desarrollan las definiciones de dichos conceptos y los antecedentes necesarios para la efectiva comprensión del proceso jurídico y registral, es una propuesta de método a ser utilizado por los productores interesados en ejercer un derecho amparado por las normas nacionales e internacionales de propiedad intelectual y así sesgar el camino para maximizar beneficios partiendo de la educación como semilla que genere el deseo de acción en los productores y artesanos y funcione como incentivo para ser expuestos al mundo con la mejor carta de presentación que son la calidad y singularidad de los productos característicos propias de la región.

Con referencia a la propiedad intelectual, la Constitución de El Salvador en el Art. 103 reconoce el derecho a la propiedad privada en función social, y reconoce su protección especial. El legislador constituyente protege la Propiedad Intelectual en los términos que la ley secundaria y los tratados internacionales lo establecen, es así que partiendo de dicho mandato El Salvador ha realizado las acciones necesarias para dar marcha a una Política Nacional de Propiedad Intelectual, siendo miembro de la Organización Mundial de

la Propiedad Intelectual (OMPI) desde 1972, ratificando tratados internacionales en El Salvador.



Los instrumentos nacionales e internacionales más importantes vigentes que para efecto del presente manual serán referentes son:

1. Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).
2. Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.
3. Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos. (CAFTA-DR).
4. Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio. (ADPIC).
5. Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.
6. Ley de Propiedad Intelectual.
7. Reglamento a la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Intelectual.
8. Código de Comercio.
9. Ley de Registro de Comercio.

La principal finalidad de un signo distintivo es la diferenciación de un producto en un escenario competitivo sin dejar de promover la libertad económica, protegiendo a los titulares del signo distintivo, de un uso indebido por parte de



comerciantes desleales que buscan aprovecharse de la posición de un producto en el mercado. Es por ello que el derecho de Propiedad Intelectual (PI) pretende resguardar los productos que tienen características únicas o reputación aceptable en el mercado para dinamizar la economía de la pequeña empresa, incrementar las exportaciones y el reconocimiento de los productos salvadoreños para que sea una ventana a nuevos escenarios de desarrollo. Asimismo, se busca eliminar la brecha de la exclusión de pequeños productores a los mercados formales y de exportación, no es tarea fácil, pero la utilización de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen son herramientas de compromiso para generar empleo.

La estructura legal de los signos distintivos desarrollados en el presente manual está basada en consideraciones de eficiencia económica, como incentivo para la inversión que se fundamenta en la propiedad de cada productor o artesano sobre su producto, trabajo y talento.

De las Marcas Colectivas desarrolladas en El Salvador destaca FLORAZUL, es una cooperativa a la cual pertenecen 18 mujeres, quienes desde 2005 iniciaron la producción de prendas de vestir como camisas, blusas, pantalones, entre otros, con tintes en añil con una metodología tradicional, que ha sido perfeccionada con técnicas de diseño y confección, bajo una reglamentación marcaria.

De las experiencias en Denominaciones de Origen desarrolladas en El Salvador, el Café Apaneca Ilamatepec, es un valioso antecedente para cualquier productor, pues la calidad del grano y la certificación de una denominación de origen ha generado una ventaja competitiva en los mercados extranjeros en donde el consumidor tiene una capacidad adquisitiva alta y reconoce la denominación de origen al pagar un mayor precio por un café de alta calidad.

Por otra parte, una Indicación Geográfica constituye además negocios con una rentabilidad positiva y alcanzar la misma popularidad que cualquier marca internacional; sin embargo, hasta ahora es muy poco lo que sabemos sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, así como de su potencial para proporcionar medios de competitividad sostenibles, por el grado de desarrollo, operación y conocimiento de dichas figuras en El Salvador. Algunas IG no llegan a materializar su potencial y otras pueden acarrear más perjuicios que beneficios. Por ello es importante conocerlas bien. ¿Cómo se crean realmente? ¿A quiénes benefician? ¿Cuáles son sus consecuencias negativas y sus costos? ¿Cuál es la mejor forma de protegerlas contra las falsificaciones y el uso indebido?



La presente publicación parte de la premisa fundamental de que, dada la amplia experiencia extraída en diferentes partes del mundo, las Indicaciones Geográficas (IG) pueden brindar a numerosas regiones una importante oportunidad para añadir valor a sus economías y sociedades, no sólo términos de comercio e ingresos, sino también en la forma de beneficios culturales y ambientales.

Esta premisa se basa, en parte, en el extraordinario éxito alcanzado por las IG en regiones europeas donde existen pruebas de incremento de los ingresos de la población e impulso de la competitividad. ¿Pero cuáles son exactamente los beneficios reales y cómo o bajo qué condiciones suelen proporcionar beneficios dichos signos distintivos?

1. Aspectos Básicos

La utilización de un signo distintivo como una Indicación Geográfica señala el origen de un servicio o producto, con cualidades propias de un territorio específico, dicho término es el género que adopto el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), el cual comprende las indicaciones geográficas simples, cuyo origen no es vinculante con las cualidades especiales que caracterizan el bien o servicio, pero sí que se refieren a un lugar reconocido como centro de producción.

Por otra parte, la doctrina señala las Indicaciones de Origen calificadas dentro de las cuales se encuentran las Denominaciones de Origen en donde el entorno geográfico conforma un conjunto de factores naturales y humanos, que califican el origen del bien. Es así pues que la diferencia principal entre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen radica en que en las primeras, el origen incide en la atribución de una determinada calidad o reputación del producto,



aunque el territorio en sí mismo no represente características de una cualidad determinada en cuanto a sus factores naturales, humanos o ambientales de producción, (la Yerba Mate de Argentina o el Agave de México por ejemplo), es por ello que las Denominaciones de Origen representan mayormente la procedencia de un producto o servicio el queso Manchego o los vinos de La Rioja en España).

En la legislación salvadoreña un agente económico determinado puede utilizar una marca como signo distintivo con el propósito de identificar los bienes o servicios producidos diferenciándolos de sus competidores. Con el fin de promover la libertad económica con la titularidad de una marca se pretende evitar un uso indebido de los distintivos, así como la competencia desleal.

En El Salvador las marcas pueden estar compuestas por palabras, conjunto de palabras, letras, nombre de personas, monogramas, números, figuras, etiquetas, retratos, estampados, viñetas, líneas y franjas, sonidos, olores, disposiciones de colores o indicaciones geográficas. La LMSD en los Arts. 4 y



85 establece la clasificación de las marcas según el tipo o producto o servicio que identifiquen y para dicho efecto se aplica la clasificación internacional para el registro de la misma, en relación a los Tratados, Convenios, o Arreglos administrados por la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual, en El Salvador principalmente se aplica el Arreglo de Niza sobre la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas que data de 1957.

La inscripción de una marca se verifica en el Registro de Comercio de El Salvador, su plazo de protección es de diez años; sin embargo, esta puede ser renovada por periodos iguales de manera indefinida. Un sistema más desarrollado en cuanto a normativa específica sobre denominaciones de origen, e indicaciones geográficas, lo tiene la Unión Europea en especial en los países del mediterráneo como España, Portugal, Francia, Italia y Grecia, donde la protección de productos tradicionales de la región cuentan con un Origen Geográfico identificable que forma parte de su identidad cultural. En la legislación Europea se establece el procedimiento registral desde el ámbito nacional hasta el comunitario para productos agrícolas y alimenticios.

Un factor de desarrollo rural importante para la Unión Europea es la Denominación de Origen, protegiendo la especialidad de un producto, aprovechando las ventajas comerciales de los

mismos agregando valor para conquistar nichos de mercado con un grado de seguridad legal y consolidar así elementos determinantes para activar la economía de sectores con mayor vulnerabilidad, haciendo uso de las características diferenciadoras que otorga el medio geográfico de producción y los procesos de fabricación.

Ciertamente en una IG el factor de calidad no está presente desde su creación, pues su implementación promueve el mejoramiento de la calidad de los productos y la aplicación de sistemas de gestión de calidad para ofrecer un producto o servicio superior, por el contrario para las Denominaciones de Origen los estándares de calidad favorecen el acceso a ciertos segmentos de un mercado exigente de calidad por precio porque pagan por la calidad que un territorio especial reviste a los productos, es así que, una Indicación Geográfica puede estar compuesta por elementos denominativos, figurativos o mixtos. En cambio una Denominación de Origen únicamente puede ser registrada por elementos denominativos.

Una Denominación de Origen puede estar constituida por una denominación sin que esta sea la designación de un país, una región o lugar geográfico específico cuando dicha denominación es usada en relación a un producto originario de una localidad. En cambio una Indicación Geográfica debe estar compuesta únicamente por un elemento que haga referencia a un nombre

Art. 1.3 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial establece que la propiedad industrial en su acepción más amplia se aplica no sólo a la industria y al comercio propiamente dichos, sino también al dominio 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 y harinas.



geográfico determinado. En el contexto anterior las reformas a la legislación salvadoreña han adoptado normas de Propiedad Intelectual, en el marco de esquemas de integración Centroamericana y de cooperación internacional.

El desafío más determinante para la consolidación de la clasificación de una DO radica en el costo de los estudios propios sobre el origen, historia y tradición y la vinculación técnica del mismo con el referente geográfico. Así mismo, se requiere un sistema de control para conservar la certificación, sumado a la demanda del producto para su comercialización nacional versus la capacidad productiva.

1.1 ¿Qué es una Marca Colectiva?

Es un signo distintivo que permite individualizar los productos o servicios de los miembros de un colectivo o asociación de otros iguales o similares indicando o no el origen o Indicación Geográfica, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los mismos, proporcionando un marco de cooperación entre productores y artesanos locales, ayudando a la comercialización con el acompañamiento de una normativa marcaria de uso que consolide criterios para una estrategia común cuya finalidad sea el desarrollo local.



California Raisins, Florazúl (en El Salvador) y Naranjas de Valencia son algunos ejemplos de Marcas Colectivas.

“El supuesto básico es que la Marca Colectiva tiene un impacto positivo en la eficiencia de las empresas acogidas a la misma, el cual viene explicado porque la reputación colectiva fomenta una inversión eficiente en calidad”
Ricardo Sellers y Francisco J. Mas.



1.2 ¿Qué es una Indicación Geográfica?

Es todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que distingue el origen de un producto evocando un vínculo entre las características y su origen geográfico que determina su reputación. Basta que sea reconocido que es elaborado en una zona geográfica determinada compuesta únicamente por un elemento que haga referencia a un nombre geográfico determinado.



Las IG no solo señalan un vínculo entre el producto y su lugar específico de origen sino también con relación a sus métodos únicos de producción y cualidades que las distinguen. Aspectos implícitos como credibilidad y autenticidad en el mercado son parte de las IG.

La familiaridad de una indicación geográfica para cualquier consumidor cuando elige un queso ROQUEFORT, un té DARJEELING, AGAVE MEXICANO, RELOJ SUIZO la seda TAILANDESA entre otros, dicha selección está asociada a una naturaleza y calidad de los productos y a su origen.

1.3 ¿Qué es una Denominación de Origen?

Es una Indicación Geográfica que revela la designación de calidad y características particulares de un producto o servicio derivadas exclusivamente de factores naturales y humanos vinculados al territorio o indicaciones que sin ser un lugar específico determinan una relación con productos originarios de tal región, sometida a un control de uso en su administración.

El vínculo con el lugar de origen debe ser estrecho y la calidad o las características de un producto deben ser exclusiva o esencialmente consecuencia de su origen geográfico, es decir, que las materias primas deben proceder del lugar de origen y que el producto debe ser procesado también allí.

La Denominación de Origen es un tipo especial de Indicación Geográfica, cuyo término se utiliza en el Convenio de París y se define en el Arreglo de Lisboa. Este último sin firma ni ratificación por parte de El Salvador.

La expresión Denominación de Origen suele utilizarse frecuentemente en las leyes que establecen un derecho específico y un sistema de protección de las indicaciones geográficas, en los denominados sistemas sui generis de protección.

El caso de la Denominación de Origen RIOJA es famosa porque desarrolló la industria vinícola en España, estableciendo parámetros de calidad sin necesidad de esperar la vendimia de la uva para el proceso de cata.

El gobierno de El Salvador ha impulsado la protección de la reputación y calidad de algunos productos representativos, a través de la Denominación de Origen, tales como el Chaparro de El Salvador, café Apaneca Illamatepec, Cacahuatique y Alotepec, entre otras.



1.4. ¿Quién puede solicitar la protección de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen?

La protección nacional de las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen en la normativa salvadoreña nacen de su inscripción en el Registro de la Propiedad Intelectual del Centro Nacional de Registros. Para la legislación salvadoreña cualquier productor, fabricantes o artesano sean persona natural o jurídica, singular o plural podrá solicitar el registro de Indicación Geográfica o Denominación de Origen, de la localidad o región en donde se produce, fabrica, un producto, servicio o artesanía ya sea en calidad personal o por medio de cualquier tipo de asociación a través de su respectivo representante legal, dicha facultad también es extensible a las autoridades públicas.

Para el caso de los extranjeros interesados en solicitar una inscripción de Indicación Geográfica o Denominación de Origen en el país en primera instancia, deben estar protegidas en el país de origen con el mismo mecanismo de protección que se pretenda adquirir en El Salvador.

Debido a su vinculación con el lugar de origen, una Indicación Geográfica o Denominación de Origen no puede cederse o transferirse bajo licencia a alguien de fuera del lugar de producción, situación que es discutible en una Marca Colectiva, sin embargo, si es necesaria la pertenencia al grupo de productores autorizados en todos los casos de Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.

La normativa salvadoreña especial enmarcada en La Ley de Marcas y otros Signos Distintivos reconoce la Marca Colectiva como: “Una marca cuyo titular es una persona jurídica que agrupa a personas autorizadas por el titular a usar la marca con base en un reglamento” (Art. 2). Las marcas colectivas de bienes o servicio indican un origen



comercial, así como lo hace una marca ordinaria, pero su punto de inflexión radica en el hecho que la Marca Colectiva indica el origen en el grupo asociativo y ningún individuo es titular de la marca, sino que la misma pertenece a la colectividad.

Con relación al Art. 49 del mismo cuerpo normativo el titular de una Marca Colectiva podrá usar por sí mismo la marca siempre que sea usada también por las personas que están autorizadas para hacerlo, de conformidad con el reglamento de empleo de la marca. Por consiguiente, la solicitud de una Marca Colectiva estará a disposición de los miembros de un colectivo interesado en comercializar sus productos bajo un mismo signo distintivo.

Algunos productos gozan de características propias que son determinadas por el lugar de origen haciendo una diferencia con los productos de su misma especie. El clima el tipo de suelo, la humedad, los minerales, técnicas de cultivo, procedimiento de elaboración, la forma de criar ciertos animales, materias primas, técnicas de elaboración de productos o artesanías, entre otras características propias provenientes de su especialidad son características que merecen una protección. Es por ello que el concepto de calidad a que hace referencia el derecho de propiedad intelectual no tiene que ver con la idea comercial de si un producto es bueno o malo sino más bien a las características que lo hacen diferente a las demás de su misma especie, capaz de satisfacer



una necesidad de altas expectativas, es por ello que las características se vuelven dimensiones estos son protegidos en el contexto medibles de un producto o servicio cuando de propiedad intelectual.

En el caso de la titularidad de una IG/DO estas se encuentran respaldadas por mandato legal expreso a favor del Estado, cuando estas sean de origen nacional lo que implica una administración de uso colectiva. (Art. 67 LMSD). La denominación de origen solo puede ser utilizada por las personas que producen o fabrican los productos que ampara la denominación de origen en la zona geográfica determinada. El cumplimiento de las condiciones establecidas para la elaboración o fabricación del producto o servicio garantiza la calidad de los mismos y por tanto la continuidad de la autorización de su uso.

Aunque comercialmente la diferencia entre IG y DO no sea trascendental, su esquema de protección para determinados productos estaría definido por

la diferencia conceptual. De acuerdo al concepto de la legislación, es así que, toda Denominación de Origen es una Indicación Geográfica, pero no toda Indicación Geográfica puede ser una Denominación de Origen, principio que ayudará a comprender de manera más fácil las similitudes y diferencias entra ambas figuras. A diferencia de la marca comercial, la titularidad de una IG/DO no recae sobre la persona quien solicita la inscripción.

1.5 ¿Qué se entiende por calidad, reputación y trazabilidad?

El reconocimiento público de la singularidad y calidad de un producto, servicio o artesanía originaria de una zona o territorio del país, hace que la selección de un producto en comparación de otros de la misma especie sea vinculada con la preferencia por la posición de los mismos en la mente del consumidor. Es así pues que para ejercer un derecho en el ámbito de propiedad intelectual es loable ponderar con un derecho protegido y reconocido a nivel nacional e internacional dicha



reputación bajo la bandera de una IG. Cuando la reputación de un producto es tal, en ocasiones no goza de una protección oficial y su reconocimiento es de uso común por su aceptación.

La calidad es el conjunto de propiedades inherentes a un producto determinado que permite juzgar su valor. La trazabilidad de un producto permite identificar el lugar de producción y las diferentes etapas de su proceso de elaboración mediante una cadena de producción y distribución que se encuentra bajo estándares de control y seguimiento que para el caso de las Indicaciones Geográficas esta validada por su sello. Dentro de los objetivos de desarrollo local de los productos sean estos terminados o no, sobresale la entrega de un mejor producto característico por su sabor, textura, olor, formas de elaboración, medio ambiente en donde de elabora.

La trazabilidad conduce a una calidad determinada y la reglamentación de uso de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen es la principal carta de presentación para un productor organizado.

1.6. ¿Qué implica el desarrollo de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen?

El éxito de los signos distintivos que se desarrollan en el presente manual no solo depende de la inscripción registral de los mismos, sino que es necesario desarrollar un régimen exhaustivo de uso de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, para activar el valor agregado a un producto, servicio o artesanía, y tener así un impacto positivo en el desarrollo o en la continuidad de conocimientos tradicionales que deberán ser considerados como patrimonio de cada localidad.

Es por ello, que es necesario identificar las características propias y evaluar la potencialidad para la comercialización en países extranjeros. El recurso asociativo debe ser reforzado constantemente para constituir los pilares necesarios para la construcción del régimen normativo. Por otra parte, el establecimiento de sistemas de trazabilidad cobra importancia para verificar el control de buenas prácticas según el reglamento de uso.

Esquema de un proceso de Trazabilidad.





La comercialización juega un papel importante para las MC/IG/DO, pues la apertura de mercados externo es el mayor desafío de los productores, fabricantes y artesanos. Es necesario hacer del conocimiento de toda la población interesada en desarrollar una MC/IG/DO que, los costos asociados en el desarrollo de las mismas, son difíciles de establecer y sobrepasaría el propósito del presente manual, pero por ministerio de ley son cuantificables las tasas registrales para los signos distintivos antes mencionados, los cuales se presentan como anexo en la presente publicación.

La creación efectiva de valor de una MC/IG/DO, será el resultado de la eficiencia en su uso y explotación en mercados nacionales y extranjeros.

Como todo proceso se requiere del seguimiento de requisitos tanto legales como de asociativismo, es por ello que el tiempo real dependerá del grado de cohesión y organización del grupo de productores y artesanos que deseen desarrollar el régimen de protección, así pues es loable valorar el grado de conflicto de intereses, los obstáculos a la protección tanto a nivel nacional como internacional, así como el grado de apoyo de las instituciones gubernamentales correspondientes.

La promoción de una MC/IG/DO, no funciona de manera aislada, sino que incorpora la protección de un derecho que inicia con iniciativa de los productores y que, con la inscripción en el registro de PI, inicia un proceso mediante el cual la verificación y control de vida es a largo plazo, pues el derecho se extingue con la pérdida de las características que le dieron origen.

Es por tal razón difícil cuantificar el costo real de una MC/IG/DO a lo largo de su existencia.



2. Antecedentes históricos de productos con potencial de una marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen en El Salvador.

El Salvador históricamente ha desarrollado un esquema diverso de fuentes de producción, que han dinamizado la economía en periodos que han sido susceptibles a las transformaciones sociales.

Es así que durante la época de 1492 a 1800 inicia la producción de cacao y bálsamo para los antepasados indígenas, era considerada de mucho valor al punto de que en el comercio circulaba el cacao como moneda de intercambio de mercancías, encontrando mercado en los



españoles quienes exportaban dicho producto hacia Europa. Siendo este el primer producto de exportación para El Salvador. Con la caída de las exportaciones del cacao surgió el bálsamo utilizado con fines medicinales, religiosos y aromáticos.

El pigmento del añil surge como colorante en la población salvadoreña indígena entre 1800 y 1865, para teñir naturalmente prendas de vestir, siendo este el segundo producto de exportación al mercado europeo, sustentando la economía salvadoreña, con los pigmentos artificiales la demanda de exportación bajo considerablemente dejando un estanco económico en la producción.

El algodón inició como producto motivador del crecimiento económico entre 1855 y 1870, situación que fue a corto plazo por la deficiencia en el apoyo a la inversión y el contagio del cultivo con plagas que pusieron término a dicha producción. En el país, caso similar se mantuvo con la producción de café que en la época de 1831 a 1900, tuvo mercado como producto agrícola siendo considerada con una marcada exportación que posicionó al país en uno de los mejores productores de café que con el tiempo perdió crecimiento y su desarrollo se vio limitado por problemas sociales y económicos, que en la actualidad se busca dinamizar con mecanismos que incentiven las exportaciones. Es así pues que en la actualidad de esos productos agrícolas que en tiempos inmemoriales activaron la economía del país, únicamente el café y el bálsamo gozan de protección con un derecho de propiedad intelectual¹.

3. Situación jurídica actual en el ámbito nacional e internacional del uso de marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen.

Alrededor del mundo existen muchos productos que identifican el estilo de vida, la forma de

alimentación, las costumbres, las tradiciones de un país, lugar o región que se conectan con los habitantes del mismo y dicho lugar es conocido precisamente por los productos que, en el mundo globalizado, están cada vez más al alcance de muchas poblaciones.

El Salvador no es la excepción pues tenemos acceso a la industria vinícola, bebidas espirituosas, embutidos, quesos, artesanías, entre otros productos que conectan a la población salvadoreña con el país de origen de dichos productos. que son seleccionados mediante su marca, indicación geográfica o denominación de origen.

Expuesto lo anterior es preciso destacar la importancia de la visión de exportación de la población de productores, artesanos y fabricantes, y de esa manera dar a conocer las tradiciones y costumbres plasmadas en cada producto o materia prima que sale de la frontera.

La UE es la comunidad que más valor agregado ha brindado a los signos distintivos de MC/IG/DO, pues desde los inicios de la comercialización de mercaderías han identificado los productos de cada región con un valor especial. Es así pues que el queso de oveja de la región de Castilla la Mancha en España, (introducido en la obra “El Quijote



¹ Los datos anteriores han sido tomados del censo agropecuario realizado en 1961, publicado en el anuario estadístico del Ministerio de Agricultura y ganadería de fecha 1968/1969).

de la Mancha”) refleja una tradición ancestral de producción de quesos. El queso de oveja se produce en otras regiones españolas tales como el País Vasco, Navarra, La Rioja, Castilla y León y Extremadura.

En 1996 se reconoce la DO protegida para el queso manchego en España, encontrando características en los pastizales de Toledo, Ciudad Real, Albacete y Cuenca, que junto con las características propias de la zona brindan notas de sabor, textura, color, aroma entre otras características desarrolladas en los quesos de oveja denominados Manchegos, el punto del ejemplo anterior es destacar que al igual que otras regiones de España productoras de queso de oveja, Castilla la Mancha logro ventaja competitiva en comprobar la diferenciación del queso manchego con los otros quesos de oveja que por la región donde se producen y las condiciones o características propias de cada lugar, son reconocidos.

Es por ello que si se piensa en queso manchego se piensa en queso de oveja, sin embargo, no es el único queso de oveja que existe, por ejemplo: El Queso Zamorano, Queso Torta de la Serena, Queso Idiazábal entre otros, cuyos procesos de elaboración, y condiciones naturales son diferentes.

Por otro lado, en la cultura de los Estados Unidos de América el sistema de protección de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen, no ha sido aplicado de la misma manera que en la Unión Europea, tal es así que el sistema de protección de una Indicación Geográfica está conferida, por el registro de marca como una Marca de Certificación. La imitación de las Denominaciones de Origen constituye en Estados Unidos un desacuerdo con la Unión Europea, pues al ser suscriptor del ADPIC, (desde el 17 de diciembre de 2005) los EEUU, justifican el uso de IG/DO, pues se han utilizado por más de 10 años quedando sin protección tal es el caso del queso

ROQUEFORT y la CHAMPAÑA que son genéricos para el mercado norteamericano.



3.1. Marco jurídico nacional para la protección, uso y desarrollo de una Marca Colectiva, Indicación Geográfica y Denominación de Origen.

El esquema de protección jurídica para una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen tiene como fuente principal la Constitución de El Salvador bajo disposiciones constitucionales sobre Propiedad Intelectual. El legislador constituyente salvadoreño reconoce y garantiza en el Art. 103 CnS, el derecho a la propiedad privada en función social, protegiendo especialmente la propiedad intelectual y artística. En ese contexto el Art. 110 inciso 3º CnS regula la protección sobre los inventos, permitiendo otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubrimientos e inventores y a los perfeccionadores de procesos productivos.

Si bien es cierto la Ley de Propiedad Intelectual de El Salvador no regula las marcas y los signos distintivos de carácter comercial, estos, si se encuentran protegidos por la Ley especial la Marca y otros Signos Distintivos (LMSD), la cual tiene por objeto la adquisición, mantenimiento, protección, modificación y licencias de Marcas, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

De acuerdo al Art. 5 del Código de Comercio de El Salvador la marcas y los distintivos comerciales forman parte de la propiedad industrial las cuales son reconocidas en El Salvador, con la misma valoración de una patente como cosas típicamente mercantiles, es decir que son bienes que nacieron para servir al comercio y cuya existencia se encuentra circunscrita a una función social y comercial.

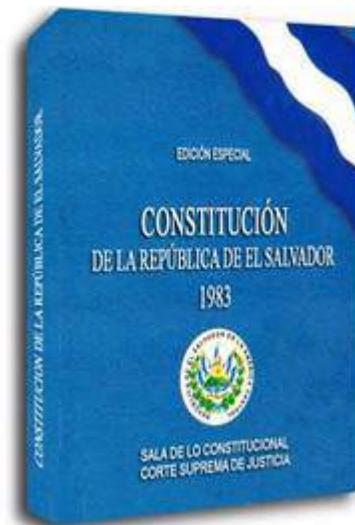
Es así que para el reconocimiento de una MC/IG/DO, es preciso tener en cuenta la normativa registral establecida en la LMSD, pero para el éxito de las mismas, está no es su única condición, sino que existen otras normativas tales como la Constitución y el Código de Comercio, que mantienen la mirada sobre los derechos ejercidos en el desarrollo y uso de dichos signos distintivos. De manera concreta la LMSD desarrolla en el Art. 2 literales e, j, y k, la conceptualización de la terminología entendida para los efectos legales en la aplicación de una MC/IG/DO.

Partiendo de dicha premisa la LMSD establece el régimen jurídico especial, estableciendo los límites y alcances de dichas figuras, así como el procedimiento de registro de las mismas, dicha condición se desarrolla en los términos del régimen jurídico registral establecidos.

La normativa aplicable en El Salvador para la protección uso y explotación de una MC/IG/DO son:

- Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal.
- Ley de Cultura.
- Ley de Protección al Consumidor.
- Ley de Protección de los Nombres y Emblemas de la Organización de las Naciones Unidas.
- Ley Sobre el Uso de la Frase Bálsamo de Salvador como Denominación de Origen.

- Ley para el Uso y Registro de Marcas de Café y Bálsamo.
- Ley Orgánica de la Dirección General de Aduanas.
- Ley de Registro de Comercio.
- Código de Comercio.
- Ley de Protección al Consumidor.
- Código Tributario.
- Código de Procedimientos Civiles y Mercantiles; entre otras.



3.2 Tratados y Acuerdos Internacionales aplicables para la utilización de Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.

Los tratados internacionales celebrados por El Salvador con otros Estados o con Organismos Internacionales, constituyen leyes de la República al entrar en vigencia, conforme a las disposiciones del mismo Tratado y Constitución Salvadoreña.

La ley no podrá modificar o derogar lo acordado en un Tratado vigente para El Salvador. En caso de conflicto entre el tratado y la ley, prevalecerá el tratado, pero en caso de conflicto entre las disposiciones constitucionales y las establecidas en un Tratado, el proceso de constitucionalidad estaría a favor de los mandatos constitucionales considerados supremos a las disposiciones de un Tratado.

La protección internacional para Indicación Geográfica y Denominaciones de Origen se basa en tratados bilaterales o multilaterales incluyendo acuerdos de disposiciones de protección reconocidas por los Estados miembros del acuerdo. La administración de los tratados tales como el convenio de París y el Acuerdo sobre ADPIC, está bajo la Organización Mundial sobre Propiedad Intelectual.

3.2.1 Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

Este es el primer gran tratado sobre marcas e incorpora las indicaciones de procedencia falsa. En El Salvador entró en vigor de 19 de febrero de 1994, aunque la precisión de su contenido referente a la protección de IG y DO no es tan amplia como otros acuerdos internacionales introdujeran la primera colaboración entre países en materia de propiedad intelectual.

El Art. 7 bis del Convenio desarrolla las Marcas Colectivas en el sentido siguiente: *“Los países de la Unión se comprometen a admitir el depósito y a proteger las marcas colectivas pertenecientes a colectividades cuya existencia no sea contraria a la ley del país de origen, incluso si estas colectividades no poseen un establecimiento industrial o comercial. Cada país decidirá sobre las condiciones particulares bajo las cuales una Marca Colectiva ha de ser protegida y podrá rehusar la protección si esta marca es contraria al interés público.”*

El Art. 10 del mismo Acuerdo establece que la aplicación del convenio para la utilización directa o indirecta de una indicación falsa concerniente a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante.

3.2.2 Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (CAFTA-DR).



DR - CAFTA

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana (CAFTA-DR), dicho documento se divide en tres secciones centradas en el contenido del tratado y las reformas legales exigidas por su entrada en vigor. En El Salvador el CAFTA-DR entró en vigor el primero de marzo de 2006.

Los capítulos se agrupan en los temas institucionales y de administración del tratado; comercio de bienes; comercio de servicios e inversión; contratación pública de bienes y servicios; y otros temas no comerciales pero relacionados con los bienes que se comercian bajo el DR-CAFTA, en particular propiedad intelectual, normas laborales y normas ambientales.



La Organización Mundial del Comercio (OMC), incorpora disposiciones previstas en la integración centroamericana, la mayoría de las cuales se aplican de manera multilateral. Por lo tanto, el CAFTA-DR mejora la normativa centroamericana, lo que beneficia las relaciones comerciales de la región.

En el Artículo 15.3 del CAFTA-DR define el concepto de Indicación Geográfica, para los países miembros como: *“Aquellas indicaciones que identifican a un producto como originario del territorio de una Parte, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del bien sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.”* Todo signo o combinación de signos, en cualquier forma, serán susceptibles de constituir una indicación geográfica.

Asimismo establece un procedimiento con respecto a las Indicaciones Geográficas y es que, cada parte proporcionará los medios legales para identificar y proteger indicaciones geográficas de las otras Partes y cada Parte proveerá los medios para que las personas de otra Parte soliciten la protección o el reconocimiento de indicaciones geográficas con un mínimo de formalidades.

En concordancia con el principio de publicidad, el CAFTA-DR, establece que las solicitudes o peticiones de Indicaciones Geográficas, según sea el caso, sean publicadas para efectos de oposición y proporcionará los procedimientos para oponerse a las solicitudes o peticiones de las mismas.

Asimismo, cada Parte proporcionará los procedimientos para la cancelación en caso de ser necesario.

Por otra parte, el CAFTA-DR, define la relación entre Marcas e Indicaciones Geográficas, de tal manera que *“cada Parte se asegurará que los fundamentos para denegar la protección o reconocimiento de una indicación geográfica incluirán lo siguiente:*

(a) la indicación geográfica podría ser confusamente similar a una marca objeto de una solicitud o registro pendiente de buena fe; y (b) la indicación geográfica podría ser confusamente similar a una marca preexistente, cuyos derechos han sido adquiridos de conformidad con la legislación de la Parte.”

El CAFTA-DR ha marcado la pauta para las reformas a la Ley de Marcas otros Signos Distintivos, y de esa manera unificar criterios de protección para las Indicaciones Geográficas para los países miembros del mismo, estableciendo los criterios mínimos para ello, dichas pautas se concretaron con la ratificación del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (ADA).

3.2.3 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

El ADPIC desarrolla disposiciones para Indicaciones Geográficas definiendo las mismas como las que describen el origen de un producto cuya reputación o cualquier otra característica atribuida fundamentalmente a su origen geográfico. Este acuerdo no se pone sobre la mesa sin tomar en cuenta otros tratados preexistentes en el marco del derecho internacional especialmente evoca el Convenio de París, en el caso de las Indicaciones Geográficas establece un cierto grado de protección a la originalidad del territorio indicado, evitando que pueda existir un error o que incurra en actos de competencia desleal.

Por otra parte, establece una protección adicional para los vinos y bebidas espirituosas dejando a la libertad a los países miembros, establecer los mecanismos legales para evitar la imitación de vinos y bebidas espirituosas protegidos con una Indicaciones Geográficas. Un punto importante a ser mencionado es que el ADPIC establece una protección para las Indicaciones Geográficas que de manera continua y similar hayan hecho uso de

una indicación geográfica por más de diez años anteriores a la ratificación del convenio, que para el caso de El Salvador fue el 9 de marzo de 1995.

El Art. 22 referente a la protección de las Indicaciones Geográficas del ADPIC, establece que, a los efectos de lo dispuesto en dicho Acuerdo, Indicaciones Geográficas son las que identifican un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

Dicho cuerpo legal se extiende a proteger las Indicaciones Geográficas, exhortando a los países miembros a impedir la utilización de las mismas que por cualquier medio designen o presenten productos, que indiquen o sugieran que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto.

3.2.4 Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (ADA).



El título sexto del ADA referente a la propiedad intelectual establece un procedimiento más extenso que el que la LMSD desarrollaba hasta antes de la reforma del 19 de abril de 2013, en donde El Salvador se comprometió

a desarrollar la normativa de procedimiento registral para indicaciones geográficas sin exceder lo contemplado por la Ley en materia de denominaciones de origen. El régimen de titularidad establecido en la reforma de la LMSD nació a partir del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, al igual que estableció que, el otorgamiento de concesiones de IG/DO no eran en detrimento de la autonomía del Estado para favorecer directamente a la UE. Es decir que cada país miembro del acuerdo ADA tiene autonomía en cuanto al proceso de registro de una IG/DO procedente de la Unión Europea, no es un proceso automático, pero si existe cooperación en el proceso registral entre Centroamérica y la Unión Europea.

3.3 Derecho de competencia aplicable en el derecho de propiedad intelectual para la Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.



La competencia es una situación de mercado en donde existen varias personas que ejercen una actividad económica y que luchan por la preferencia del consumidor de tal forma que su ganancia económica significa la pérdida para los demás dentro de una actividad empresarial. La existencia natural de ganadores y perdedores exige un marco conceptual destinado al estudio de la conducta de competencia entre agentes que intervienen en el mercado.

De comprobarse la comisión de una práctica anticompetitiva, la legislación especial establece sanciones a las mismas. Es así pues que la Ley de Competencia de El Salvador regula únicamente las prácticas anticompetitivas dejando al Código de Comercio las disposiciones sobre competencia desleal. Aclarado lo anterior se desarrolla en el presente manual la relación entre el derecho de propiedad intelectual y el derecho de competencia en el sentido de la MC/IG/DO y su funcionamiento en los mercados nacionales y extranjeros.

La imitación de productos protegidos con una IG o DO, es considerada un acto de competencia desleal y un caso concreto que sufre de mayor imitación en el mercado de los quesos es El Parmigiano Reggiano, es por ello que el Arreglo de Lisboa, administrado por la OMPI, protege contra “toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como género, tipo, marca, imitación o similares,” y para el registro no es necesario más que un trámite único. Asimismo, con este acuerdo se establece la presunción de que una denominación de origen registrada en virtud del Sistema de Lisboa no puede emplearse como genérico.

El Parmigiano Reggiano se registró como D.O. en virtud del Arreglo de Lisboa el 23 de diciembre de 1969.

4. Marcas colectivas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen con reconocimiento internacional.

De acuerdo a lo desarrollado en el presente manual la protección de la propiedad industrial reviste más ventajas que desventajas, que se concretizan en experiencias de prueba y error en la población de productores, es por ello que es necesario ilustrar de manera ejemplificada experiencias que otros

países han desarrollado.

El incremento de la actividad económica se incrementa en distintas vías con el uso de una MC/IG/DO; normalmente se requieren esfuerzos de publicidad y promoción en una MC, en una IG/DO el posicionamiento de un producto es un aliciente que induce al consumidor a comprar.

Debido al buen uso de un signo distintivo productos famosos en el mundo como el queso Manchego, el Tequila, el Champagne, los vinos de La Rioja, el Café de Colombia entre otros productos que se ha tenido a bien una protección atinada en tiempo, logrando que su posicionamiento sea relevante en un mercado nacional o extranjero.

La Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA) encontró en 2012 ventas fraudulentas de quesos “100% parmesanos” encontrando una mezcla de mozzarella, cheddar, queso blanco, suizo inclusive pulpa de madera. El etiquetado de aceite de oliva procedente de EEUU ha dado muestras de engaño al consumidor sin ser 100% aceite de oliva.

4.1. El caso de la Chirimoya Cumbe de Perú su experiencia como Marca Colectiva.

La experiencia de la población de Santo Toribio de Cumbe de Perú, en cuanto a producción de la fruta chirimoya y su protección como una Marca Colectiva ha atravesado por varios esfuerzos de asociación entre los productores de la misma.

En particular la Chirimoya Cumbetiene propiedades

diferentes a las chirimoyas que se producen en Ecuador, Bolivia, Chile o España, pero en 1997 se inició con un intento fallido de marca comercial de dicho fruto, pues al ser este un nombre genérico no podría ser otorgada como marca comercial, es a partir de dicha denegatoria en el registro peruano, que la Comunidad de Cumbre se unificó y dialogó la posibilidad de una DO, pero el pueblo no quería una DO sino una Marca Colectiva, que le permitiera a la comunidad de productores ser la titular de la misma.

Es así pues que con la iniciativa de proteger un producto propio de la comunidad de Santo Toribio de Cumbre se estableció la Marca Colectiva y su reglamento. Mediante dicho procedimiento se empezó a realizar una campaña de mercadotecnia y de publicidad que conlleva costos que harán más competitivo el mercado, y es la MC el mecanismo utilizado en la comunidad de Cumbre para ahorrar costos y para que la chirimoya se distinga de las otras.

El desarrollo de un concepto y una imagen común establece un pacto de calidad establecidas en el reglamento para la utilización de la Marca Colectiva Chirimoya de Cumbre.

De esta forma, gracias a la persistencia y empuje de un líder de la comunidad, y a su capacidad para hacer uso del sistema de protección de la propiedad



intelectual, el pueblo de Santo Toribio de Cumbre ha incrementado el valor de su peculiaridad, su conocimiento y su tradición de excelencia.

4.2. El caso del café de Colombia como Indicación Geográfica.

El café de Colombia en 1950 enfrentó la caída de precio por libra en los EEUU a \$0.45 lo que dio lugar a que se replanteara la forma de comercialización para incrementar el valor del grano de oro colombiano con el objetivo de sensibilizar públicamente el origen colombiano del café, es allí cuando surge la idea de otorgar un rostro creando un personaje llamado JUAN VALDEZ, símbolo que representaba al cultivador de café colombiano.

Con la concesión de la marca “Café de Colombia” a los productores con la imagen de Juan Valdez el café colombiano logró tener notoriedad en los mercados de EEUU y Canadá que se consolidaron con campañas de publicidad intensivas.

El caso del café de Colombia se establece como Indicación Geográfica, vinculada a una marca y calidad de origen que se perfeccionó en 2005 cuando el “Café de Colombia” fue reconocido como Denominación de Origen y en 2007 logró reconocimiento a nivel europeo. Es decir que el Café de Colombia es un referente en materia de Propiedad Industrial, pues la vinculación del Café con Colombia no solo se ha protegido con una Indicación Geográfica sino también con una Denominación de Origen.

Los frutos del prestigio del café de Colombia han sido concretizados 50 años después de iniciar las políticas y el interés sobre la propiedad industrial impulsada por la pérdida económica que implicó la caída del precio en los mercados norteamericanos. En la actualidad el café de Colombia es reconocido por su reputación en muchos países del mundo y es la indicación geográfica más valiosa.

4.3. El caso del Tequila Mexicano como Denominaciones de Origen.

El tequila fue la primera Denominación de Origen registrada en México en 1974 y en 1978 consiguió el registro internacional en virtud del sistema de Lisboa para el registro internacional de las denominaciones de origen. El gobierno mexicano es el titular de todos los derechos sobre la DO del tequila y vela por los derechos de la propiedad intelectual del tequila a través del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) que es la única autoridad competente para administrar la denominación tequila y autorizar el uso del nombre.

La Denominación de Origen del tequila está vinculada a la Norma Oficial Mexicana para el Tequila que determina las características del producto, define los métodos de prueba, el control de la calidad y la información que ha de figurar en las etiquetas, la bebida se debe elaborar con ingredientes 100% naturales y tener un contenido en alcohol del 38%, como mínimo. Los Estados mexicanos de Jalisco, Guanajuato, Michoacán, Nayarit y Tamaulipas son los autorizados para producir tequila. El caso del tequila es particular pues los productores de tequila deben conseguir



dos autorizaciones, una para la producción y otra para la Denominación de Origen.

Con la Denominación de Origen, México ha logrado, por una parte, conservar su patrimonio nacional y sostener la actividad comercial no solo en la región productora sino en el país entero.

5. Oportunidades y desafíos para el desarrollo de una marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen para la comercialización en mercados nacionales y extranjeros.

Las oportunidades de desarrollo económico que brinda una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen para países en vías de desarrollo como El Salvador, se ve muy limitada por que existen pocos productos que han aprovechado los beneficios que brinda la protección de las MC/IG/DO. La diversidad y riqueza cultural presente en varios municipios del país nos indica que se puede hacer mucho más para cosechar los beneficios económicos que se derivan de los recursos disponibles y obtener reconocimiento internacional.

Las organizaciones productoras son la fuerza rectora en la definición de especificaciones y en el establecimiento de procesos de control de la calidad, por lo que el nivel de asociativismo se convierte en un desafío impredecible para el desarrollo de una MC/IG/DO las cuales deben tener en cuenta desde el principio las expectativas del consumidor y las capacidades distribución ya sea directa o indirectamente en los mercados potenciales. Sin embargo, hay varias historias exitosas en las que se han superado los obstáculos y han permitido un valor a los productos.

Es así pues que dentro de las oportunidades brindadas por un MC/IG/DO destaca la posibilidad de un reconocimiento más sólido del sello asignado



que las propias marcas registradas, permite también a los titulares de los derechos cobrar un valor por encima del margen del precio. Garantiza también la calidad y la procedencia, ayudando así a la protección al consumidor.

Las cualidades derivadas de un lugar de origen y procedimiento de producción establecidos en productos agrícolas, son transmitidos al consumidor mediante su etiqueta, por dicha razón la IG/DO, cumplen un rol importante en las economías de mercado ayudando al consumidor a distinguir entre productos originarios y productos similares de otra región, brindando una ventaja competitiva a los productos diferenciados brindando conocimiento al consumidor de las propiedades de los productos que adquieren.

Uno de los desafíos que se presentan para los productos con denominación de origen es preservar y desarrollar recursos que llevan implícita una tradición tal es el caso de los textiles de San Sebastián, en el Departamento de San Vicente, pues si bien es cierto con una DO/IG se garantiza una protección jurídica ante mercados potenciales de exportación, sino se mantiene la tradición artesanal de su elaboración, el proceso será perecedero en el tiempo, si las nuevas generaciones no se involucran en aprender y mantener la tradición. La tradición es considerada como un recurso escaso que, a largo plazo, puede convertirse en un generador de valor agregado en el mercado.

Otro reto falencia que enfrenta la propiedad intelectual en países como el nuestro, es, el nivel de inversión en términos de calidad y reputación. Más allá de los costos jurídicos implica un costo de administración como un desafío a ser enfrentado por los productores que desean licencia de uso de la MC/IG/DO. Por otra parte, una MC/IG/DO promueve la existencia de economías de escala



y animan la innovación y una mejor información de los consumidores.

En un mundo globalizado, muchos de los atributos de las indicaciones geográficas adquieren mayor importancia en el futuro lo que requiere tomas conciencia temprana de su verdadero valor y protección.

Un desafío generalizado en los productos potenciales de protección con una MC/IG/DO, es que la actividad productiva está en manos de pequeños agricultores y ganaderos con una limitada visión empresarial, cuyos productos son vendidos en la zona (ciudad), en mercaditos, a través de personas ambulantes o intermediarios que son los que más beneficio económico obtienen con la venta de sus productos, sin embargo, muchos de los productos son de muy buena calidad y tienen una fama y reputación ganada.

Esta fama ganada, está haciendo que productores utilicen el nombre para comercializar los productos, aprovechándose indebidamente de la reputación que tienen los mismos y perdiendo



así la identidad del producto con El Salvador o la región específica que los produce, y en muchos casos desprestigiando el nombre, ya que se puede tratar de productos de muy baja calidad.



Para el pueblo de México, el tequila es una bebida nacional símbolo único de su cultura, tradición y su vínculo con medio ambiente. China tiene una condición climática adecuada para las plantas de agave azul, es por dicha razón que las negociaciones con tratados bilaterales han sido de suma importancia, México estaba preocupado por las bebidas que pudieren producirse en China con el agave y crear un nuevo mercado de tequila chino y reconocer la denominación de origen del tequila.

6. Formas de organización para crear y operar una marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen.



El término gestión colectiva hace referencia a aquellas formas de ejercicio conjunto de los derechos generados por una MC/IG/DO, desde antes de su registro formal hasta el mantenimiento permanente de la condición protegida por el derecho de propiedad intelectual, son condiciones uniformes de concesión de licencias, tales como la fijación de tarifas, normas de calidad y trazabilidad, normas de reparto de beneficios entre los asociados, etc.), cuando estas formas de ejercicio conjunto están respaldadas por una comunidad organizada de acuerdo con unas reglas legales y estatutarias, y cuando la organización realiza actividades de formación y promoción para sus socios, va más allá del mero cumplimiento de las tareas de gestión de derechos.

Por la razón antes expuesta es que el nivel de liderazgo debe estar delimitado desde el momento mismo que se toma la decisión de echar en marcha un proyecto de protección de productos con potencialidad de una MC/IG/DO, con este objetivo trazado desde la comunidad, se decide realizar la constitución formal de la asociatividad, ya sea como Sociedades de Personas o de Capital, Asociaciones o Fundaciones sin Fines de Lucro o Unión de Personas.

a) Sociedad de Personas o de Capital.

En dicho trámite se requiere el apoyo de un conecedor en trámites notariales, dichos costos varían según los honorarios de cada profesional del derecho.

Como primer trámite se debe solicitar información sobre la inscripción de la sociedad, para ello el Registro de Comercio del Centro Nacional de Registros (CNR), brinda información, verificando la disponibilidad de la denominación y abreviatura de la sociedad, (este paso es opcional).

Antes de iniciar el trámite notarial de constitución de sociedad, se debe contar con un cheque certificado otorgado por cualquier institución bancaria autorizada en el país, en donde se hará constar el aporte de capital.

The diagram shows a check form with the following fields and labels:

- 1:** Lugar y fecha (Location and date)
- 2:** Páguese a la orden de (Pay to the order of)
- 3:** La suma de (The sum of)
- 4:** US \$ (Value in numbers)
- 5:** Firma (Signature)

Other visible text on the check includes: "Personalización del cheque", "Beneficiario del cheque", "Cuenta No. 0799000277", "Cheque Serie 'A' No. 0006853", "Nombre del Banco que administra la cuenta corriente", and the MICR line "030 : 2101 : 00000799000210 - 0006853".

Dicho cheque se exhibirá al notario al momento de constituir la sociedad, el monto mínimo para constituir sociedad se establece en DOS MIL dólares de los Estados Unidos de América, (\$2,000.00), con la reforma al Código de Comercio el cheque puede contener el CINCO por ciento del valor total del aporte de capital, es decir que si se constituye con el mínimo (\$2,000.00), el cheque puede ser por valor de CIEN dólares, (\$100.00).

La elección del notario público salvadoreño es a elección de la persona interesada, solo el notario público es autorizado para constituir una sociedad



y este establece los honorarios que estime convenientes para dicho trámite, sin embargo, según la media estimada, este costo puede variar entre QUINIENTOS y UN MIL, dólares de los Estados de América (\$500.00 y \$1,000.00).

Una vez contactado el notario, este le concederá una cita, en donde las personas interesadas expondrán su deseo de constituir una sociedad, sea esta de capital o de personas, dicha asesoría servirá para guiar al cliente en la toma de la mejor decisión.

Los documentos que debe tener la persona interesada son las siguientes:

1. Cheque Certificado (original)
2. Número de Identificación Tributaria (NIT) de las personas accionistas o socios (original y copia simple).
3. Documento Único de Identidad (DUI) de los accionistas o socios. Para el caso de extranjeros será necesario pasaporte o carnet de residente (original y copia simple).

Si el trámite se realiza mediante representante legal de los socios o acciones, se debe tener en cuenta los siguientes documentos:

1. Poder (puede ser poder general administrativo con cláusula especial), original y copia.
2. Número Identificación Tributaria (NIT) del apoderado (original y copia).
3. Documento Único de Identidad (DUI) de la persona apoderada, para el caso de extranjeros será necesario pasaporte o carnet de residente (original y copia simple).

La comunidad interesada en constituir una sociedad debe tener en cuenta lo siguiente:

1. El tipo de sociedad que se desea constituir.
2. Nombre con que se identificará la sociedad.
3. Nombre de los socios y porcentaje de participación para cada uno de ellos, siendo como mínimo dos socios.

4. Nombre y cargo de las personas que administrarán la sociedad.

Al constituirse la sociedad el notario está obligado a entregar un testimonio de la escritura de constitución para ser presentada al CNR, y la facturación correspondiente.

Si el representante legal no presentará personalmente los documentos para el trámite de inscripción, la firma de la persona en la solicitud de matrícula de empresa debe de ser autenticada por notario. Además, se necesitará firma autenticada de representante legal para solicitar NIT de la empresa.



Antes de llevar el testimonio para su correspondiente registro en el CNR, los socios o accionistas deberán solicitar los servicios de un contador público salvadoreño, para que elabore el balance inicial de la sociedad constituida, el cual será firmado por el representante legal, el auditor y el contador. El costo de elaboración del balance inicial varía según los honorarios del contador, sin embargo, según una media dicho costo oscila en CINCUENTA dólares de los Estados Unidos de América (\$50.00).

El tiempo estimado en la elaboración de la escritura de constitución de la sociedad y el balance inicial es entre un día a cuatro. Es de tomar en cuenta que el contador requerirá copia simple del testimonio



de la escritura de constitución para elaborar el balance inicial.

El trámite registral de la sociedad inicia de la siguiente manera:

Realizar pago de NIT de la sociedad a través de cualquier banco autorizado, e indicar la realización de dicho pago en ventanilla. El pago se realiza mediante mandamiento de pago, documento que se solicita al CNR.

Se deben solicitar mínimo cuatro mandamientos de pago, los cuales servirán para pagar los derechos de registro siguientes:

- Inscripción de escritura de constitución de sociedad. (\$0.57, por cada \$100.00 dólares que compongan el capital inicial suscrito, hasta un máximo de \$12.000.00 dólares. Es decir que si el capital inicial se constituyó con \$2,000 llenara uno de los mandamientos de pago con la cantidad de \$11.40.
- Inscripción de matrícula de comercio cuyo valor dependerá del valor del activo fijo de la manera siguiente:

Si el activo es entre \$2,000.00 y \$57.150.00	Pagará \$91.43
Si el activo es entre \$57,151 y \$114,286	Pagará \$137.14
Si el activo es entre \$114,287 y \$228,572	Pagará \$228.57
Si el activo es mayor a \$228,572	Pagará adicional al cuadro anterior \$11.43 por cada \$100,000
En ningún caso los derechos excederán de: \$11,428.57	

- Inscripción de local, sucursal o agencia, el mandamiento se establecerá por valor de \$34.39.
- Inscripción de NIT, cancelará mandamiento de pago con valor de \$1.67.

Con los pagos anteriores debidamente realizados, el representante legal de la sociedad debe solicitar al Registro de Comercio del CNR, la inscripción integral adjuntando los documentos siguientes:

1. Testimonio de escritura de constitución (original + copia simple), reducido a un 74% y centrada en papel oficio.
2. Solicitud de matrícula de empresa Solicitud de matrícula de empresa (original) firmado por el representante legal y autenticado por notario, en caso que no sea presentado por él mismo.
3. Formulario de inscripción en el Ministerio de Trabajo Formulario de inscripción en el Ministerio de Trabajo (original + copia simple).
4. Solicitud de asignación y autorización de correlativo para la emisión de documentos legales F-940 (original + copia simple).
5. Aviso de inscripción de patrono (original).
6. Registro de firmas Registro de firmas (original).
7. Croquis de ubicación (original) del local, sucursal o agencia.
8. Comprobante de pago de inscripción de escritura (original).
9. Comprobante de pago de matrícula (original).
10. Comprobante de pago de la sucursal o agencia (original).
11. Comprobante de pago de NIT y DUI del representante legal (copia simple más 3 copias certificadas), para salvadoreños o pasaporte (o carnet de residente) para los extranjeros.



- 12. Tarjeta NIT del representante legal (copia simple más una copia certificada por notario).
- 13. Documento Único de Identidad (DUI) de la persona designada (copia simple) para representar a la empresa ante el Ministerio de Trabajo (persona salvadoreña y diferente del representante legal).

Pasados máximo tres días de presentada la documentación anterior, el CNR entregara boleta de presentación de inscripción la cual debe de conservarse para retirar los documentos de la inscripción.

Para poder retirar la documentación de inscripción es necesario que el representante legal presente Documento Único de Identidad, pasaporte o carnet de residente para los extranjeros. Si se presenta una persona distinta al representante legal, este debe presentar autorización para retirar los documentos de la inscripción, presentándola en original y copia simple, firmada por el representante legal o apoderado, legalizada por notario y su respectivo DUI en original.

En el marco del presente manual es importante destacar que el costo para la formalización del asociativismo se disminuye cuando hay participación de toda la comunidad productora, y su importancia no inicia si termina con el trámite registral, sino que, es extensivo a todo el funcionamiento de una MC/IG/DO.

En el marco de un sistema de gestión colectiva, los titulares de una IG/DO encomiendan la administración y gestión de las mismas a un Órgano Administrador establecido en la LMSD, el cual estará constituido por representantes de productores, fabricantes o artesanos y el Órgano Ejecutivo, representado por los Ministerios de Economía (MINEC), Agricultura y Ganadería (MAG) y el Centro Nacional de Registro (CNR). Dicho órgano tiene el control de autorizar el uso que se hará de los signos distintivos, la negociación

con los posibles usuarios, las licencias entre otras funciones.

El Órgano Administrador será el responsable de la administración, defensa, promoción y control de las Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen, de conformidad a lo establecido en el Reglamento de Uso y Administración. El director o presidente del Órgano Administrador ejercerá las atribuciones que la LMSD, y el Reglamento señalen necesarias para la administración, buena dirección y defensa de la Indicación Geográfica o Denominación de Origen.

Un sistema de gestión colectiva ofrece importantes ventajas no sólo a los titulares de derechos sino a los usuarios comerciales. A los primeros les permite obtener un retorno económico por los actos de comercio de los productos, pues la inversión es de manera conjunta y al unificar esfuerzos los ingresos son mayores.

A los segundos les ofrece tener acceso a un mismo producto de calidad de forma sencilla través de una ventanilla única. De modo que, en principio, la gestión colectiva supone un factor de equilibrio entre los intereses de los socios o asociados y los intereses del consumidor.

b) Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro



Obtener información e instructivo (dicho instructivo es accesible en el sitio web:

<http://www.gobernacion.gob.sv>, o en el Registro de Asociaciones y Fundaciones sin Fines de Lucro ubicado en 9° Calle Poniente y 15 Avenida Norte, Centro de Gobierno, Ministerio de Gobernación, 2° planta, San Salvador. Tel: +503 2527-7000, Fax: +503 2527-7090), luego de contar con el instructivo se recomienda:

1. Solicitar la elaboración de la escritura de constitución, estatutos y certificaciones de la entidad (con la ayuda de un Notario de la República de El Salvador, los honorarios profesionales pueden oscilar entre 500 y 700 dólares).
2. Recibir el testimonio la escritura de constitución, estatutos y certificaciones de la entidad.
3. Solicitar la elaboración del balance inicial, sistema contable y libros contables y legales.
4. Recibir el balance inicial, sistema contable y libros contables y legales.
5. Solicitar inscripción, legalización del sistema y libros contables.
6. Retirar mandamientos de pago.
7. Pagar derechos de inscripción (USD \$34.29 por concesión de personería jurídica y USD \$34.29 por inscripción de nómina de miembros).
8. Pagar foleo de libros (USD \$0.25 por folio).
9. Obtención de acuerdo de inscripción y libros legalizados.
10. Pagar la publicación en el Diario Oficial (el costo depende de los artículos a publicar y un estimado mínimo del mismo sería USD\$85.75).
11. Pagar ejemplar de publicación (USD \$1.50).
12. Pagar NIT (USD \$1.40)
13. Obtención de Número de Identificación Tributaria y Número de Registro de Contribuyente.

14. Revisar documentación y presentar solicitud.
15. Solicitar la elaboración y legalización de los libros para el control del IVA.
16. Recibir los libros para el control del IVA.
17. Inscripción de entidad en la Alcaldía Municipal.



c) Contrato de Unión de Personas (UDP)

El contrato de Unión de Personas surge como una figura con finalidad tributaria, a la cual se le atribuyen la calidad de contribuyente, sin ser una persona jurídica surge mediante el acuerdo de voluntades, y debe contar con una contabilidad formal para facturar. Para el desarrollo de una UDP se necesita:

1. Solicitar elaboración de Acuerdo de Unión de Personas, a un Notario Público.
2. Recibir Testimonio de Escritura Pública de contrato de Acuerdo de Unión de Personas.
3. Pagar Número de Identificación Tributaria NIT.
4. Obtener NIT y Número de Registro de Contribuyente (NRC).

The image shows two forms from the Ministerio de Hacienda, Dirección General de Impuestos Internos. The left form is the 'TARJETA DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA' (Tax Identification Card) and the right form is the 'FORMULARIO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE' (Contributor Registration Form). Both forms are yellow and contain fields for personal and tax information.

La documentación que se debe presentar al notario es la siguiente:

- Tarjeta NIT de los socios en original y una copia simple.
- Documento único de Identidad (DUI) de los socios que sean salvadoreños (original y copia simple), para socios extranjeros pasaporte o carnet de residente en original y copia simple.

Si el trámite se realiza a través de apoderado se requiere:

- Testimonio de Escritura Pública de Poder en original y copia simple.
- Tarjeta NIT del apoderado en original y copia.
- Documento único de Identidad (DUI) del apoderado en original y copia simple.

El costo de la elaboración del contrato de Unión de Personas dependerá de los honorarios de cada profesional de derecho, pero un mínimo aproximado sería entre USD \$100.00 y USD \$150.00.

Para la elaboración de la Escritura Pública del acuerdo de unión de personas el interesado debe proporcionar la siguiente información al notario:

- Denominación anteponiendo siempre la palabra “UDP”.
- Objetivo del acuerdo Plazo (El que estipulen los asociados en la escritura de la UDP) este siempre debe ser definido.
- Nombre del representante Legal.
- Nombres de cada uno de los integrantes.
- Monto total de aportes o participaciones.
- Distribución de aportes o participaciones.

7. Procedimiento registral de una marca colectiva, indicación geográfica o denominación de origen en el salvador.

El procedimiento de inscripción de cada signo distintivo es diferente y la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos establece requisitos comunes para la marca en general y para la Marca Colectiva, dichos requisitos son los establecidos en el título II, capítulo I, Arts. 4 y siguientes.

En cuanto a la Indicación Geográfica y la Denominación de Origen, con la reforma a la ley en 2013, se unificó el procedimiento de las mismas con la diferencia conceptual que establece la ley, la cual será requisito indispensable para poder registrar un signo como Denominación de Origen. Es decir que todo signo que sea acorde a la definición que establece la ley en el Art. 2 para Indicación geográfica o Denominación de Origen, podrá ser inscribible en el registro de propiedad intelectual del centro nacional de registro de El Salvador.

Es de hacer notar que el grado de asociativismo de los productores, fabricantes o artesanos debe estar legalmente constituido al momento de utilizar una Marca Colectiva, Indicación Geográfica o Denominación de Origen, sin menos cabo de la facultad que estos tienen para solicitar el registro de una IG/DO, en carácter personal. La Reglamentación de uso de una IG/DO, deberá estar orientada a la comercialización formal de los productos protegidos con dichos signos distintivos.

7.1 Procedimiento para inscribir una Marca Colectiva.

El costo de inscripción de una Marca Colectiva dependerá de los honorarios que el notario público de El Salvador estime convenientes. Sin embargo, a modo de ilustración se puede decir que los costos de inscripción de una MC, se estima en un mínimo de \$500.00 a dicha suma se le incrementa

el costo arancelario por inscripción en el registro, el cual asciende a \$100.00, a la fecha del presente manual. En caso de búsqueda de marcas en el registro, se cancelan \$20.00 en concepto de tasa por búsqueda.

Los costos anteriores solo incluyen los gastos notariales de inscripción de Marca Colectiva, más no así los costos de asociación formal, diseño de marca, etc.

a) Solicitud de registro de la Marca Colectiva.

El formulario de solicitud de registro de Marca Colectiva es el mismo para todos los demás tipos de marcas, asimismo junto a la solicitud se debe incluir tres ejemplares del reglamento de uso de la misma.

El reglamento de uso debe contener las características comunes de los productos que llevaran la Marca Colectiva, el reglamento también deberá contener las condiciones bajo las cuales se podrá emplear. El reglamento debe brindar los requisitos que aseguren un control de calidad y trazabilidad del producto, así como las sanciones a su incumplimiento. El uso de la marca es restrictivo y se habilita mediante autorización y el autorizado estará obligado a cumplir las condiciones que establecerá el reglamento.

El Art. 10 de la LMSD, establece los requisitos que debe contener la solicitud de registro de una marca y deberá contener lo siguiente:

- a. Designación de la autoridad a que se dirige;
- b. Nombre, razón social o denominación, nacionalidad, domicilio y demás generales del solicitante y el nombre, profesión y domicilio del representante legal o mandatario cuando la petición se haga por su medio;
- c. La marca cuyo registro se solicita, debiendo adherirse un modelo o ejemplar. Cuando la marca estuviese constituida únicamente

por un diseño, el solicitante le asignará una forma de identificación. Cuando la marca estuviese constituida por algún elemento denominativo y éste tuviese significado en un idioma distinto del castellano, se deberá incluir una simple traducción del mismo;

- d. Una lista que contenga el nombre de los productos o servicios que distinguirá la marca, conforme a la clasificación establecida en el Art. 85 de esta Ley, con indicación de la clase a que correspondan;
- e. Las reservas que se hagan respecto del tipo de letra, color o combinación de colores, diseños o características de la marca, en la misma disposición en que aparezcan en el modelo, cuando fuese el caso. Las reservas que se formulen sobre elementos que no aparezcan en el modelo carecerán de valor;
- f. Indicación concreta de lo que se pide y dirección exacta para recibir notificaciones;
- g. Lugar y fecha de la solicitud y firma autógrafa del solicitante, apoderado o representante legal.

Con la solicitud a que se refiere el inciso anterior deberá presentarse lo siguiente:

- a. Fotocopia certificada del poder legalmente otorgado, si la solicitud se hiciera por medio de mandatario, salvo que la personería de éste estuviere ya acreditada en el Registro, caso en el cual se indicará en la solicitud la fecha y el número del registro. Cuando el interesado presente original del poder, podrá pedir que éste se razone en autos y se le devuelva;
- b. Quince modelos o ejemplares de la marca; y,
- c. Los documentos o autorizaciones requeridos en los casos previstos en los Artículos 8 y 9 de la presente Ley, cuando fuese pertinente.

Los solicitantes podrán gestionar ante el Registro

por sí, con firma y sello de abogado director o por medio de mandatario que sea abogado de la República debidamente habilitado.

La solicitud podrá ser modificada o corregida en cualquier momento del trámite, sin que ello implique un cambio esencial en la marca o ampliación en la lista de productos.

b) Examen de la solicitud.

La solicitud de inscripción de Marca Colectiva debe cumplir con los requisitos de forma que se desarrollaron en el literal a), y que establece el Art. 10 de la LMSD. En caso de existir notificación para subsanar algún requisito de forma, la persona solicitante tendrá un plazo de cuatro meses para poder cumplir con lo requerido por el registro, si el plazo terminare y no se subsana la solicitud, esta será considerada como abandonada.

En relación al examen de fondo, la solicitud será analizada en cumplimiento a los Arts. 8 y 9 de la LMSD, los cuales desarrollan las prohibiciones a las que se opone el registro. En caso de oposición la persona solicitante podrá subsanarla en un plazo no mayor a cuatro meses.

El Art. 45 LMSD, establece que el examen de la solicitud del registro de una Marca Colectiva incluirá la verificación de la solicitud y la presentación del reglamento de uso de la Marca Colectiva.

c) Registro de la Marca Colectiva

Según el Art. 46 LMSD las marcas colectivas serán inscritas en el Registro de propiedad intelectual del centro nacional de registro, incluyendo una copia del reglamento de empleo de la marca.

d) Cambios en el reglamento de uso de la Marca Colectiva.

Todo cambio que realice (sociedad) el titular de la Marca Colectiva en relación al manual de uso, deberá ser comunicado al registro.

e) Licencia de la Marca Colectiva.

Una marca colectiva no podrá ser objeto de licencia de uso en favor de personas distintas de aquellas autorizadas a usar la marca de acuerdo con el reglamento de empleo de la misma.

f) Uso de la Marca Colectiva.

El titular de una Marca Colectiva podrá usar por sí mismo la marca siempre que sea usada también por las personas que están autorizadas para hacerlo de conformidad con el reglamento de empleo de la marca.

La sociedad titular de la Marca Colectiva es el único autorizado para conceder la licencia de uso de la misma.

g) Nulidad del registro de la Marca Colectiva.

Para realizar la nulidad del registro de una Marca Colectiva, cualquier persona interesada puede solicitarla. El registro concede audiencia previa al titular de la marca y la autoridad judicial competente declarará la nulidad del registro de una Marca Colectiva si la marca fue registrada en contravención de los artículos 8, 9 ó 44 de la LMSD o si el reglamento de empleo de la marca es contrario a la moral o al orden público.

h) Cancelación del registro de la Marca Colectiva.

Según el Art. 51 de la LMSD, si durante más de un año la marca colectiva es usada sólo por su titular y no por las personas autorizadas conforme al reglamento de empleo de la marca y si el titular de la marca colectiva usa o permite que se use la marca de una manera que contravenga a las disposiciones de su reglamento de empleo, o de una manera susceptible de engañar a los medios comerciales o al público sobre el origen o cualquier otra característica de los productos o servicios para los cuales se usa la marca.



A solicitud de cualquier interesado el registro podrá cancelar una marca colectiva, realizando audiencia al titular, de ocurrir alguna de las estipulaciones arriba señaladas.

7.2 Procedimiento para inscribir una Indicación Geográfica o Denominación de Origen.

El costo de inscripción de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen dependerá de los honorarios que el notario público de El Salvador estime convenientes. Sin embargo, no hay en la práctica antecedente público de inscripción de una IG/DO a través de un notario, sino solo a través de una institución pública, por tanto, es difícil estimar un valor promedio de honorarios. El arancel por inscripción en el registro, asciende a \$100.00, a la fecha del presente manual.

Los costos adicionales de asociación, diseño de la IG/DO, o cualquier otro costo adicional que sea necesario para la consolidación de una IG/DO, es difícil poder estimarla en el presente manual.

Con la solicitud de inscripción de una IG/DO debe anexarse la carga probatoria de la reputación de los productos que se pretenden inscribir como una IG y el sustento técnico correspondiente que se necesita para otorgar una DO.

Los costos implícitos en la obtención del mecanismo probatorio de las calidades antes mencionadas, dependerá de las herramientas que la asociación tenga a disposición para ello. En el caso de productos agrícolas el Ministerio de Agricultura y Ganadería pueden ser aliados en la construcción de los mecanismos idóneos de comprobación de reputación y elementos organolépticos de los productos con vocación a una IG/DO.

Dentro de la comprobación de reputación de un producto se puede hacer uso de encuestas, reportajes, artículos de periódicos, revistas, medición del impacto de los productos en la

mente del consumidor, dominación del mercado por la preferencia o calidad, etc.

Con referencia al estudio técnico es necesario considerar la contratación de una persona experta en el producto que se desea comercializar bajo una DO, es decir que debe contar con los conocimientos técnicos y certificados sobre las propiedades medioambientales y naturales que dan origen a una DO. De no contar con la comprobación de reputación o condición técnica de los productos, el examen de fondo de la solicitud estaría estancada y sin fundamento para otorgar el registro de que se trate.

a) Solicitud de registro

La solicitud de registro de una Indicación Geográfica o una Denominación de Origen debe indicar:

- a. Designación de la autoridad a quien se dirige;
- b. El nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante o de los solicitantes, con indicación del lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o de fabricación;
- c. La Indicación Geográfica o Denominación de Origen cuyo registro se solicita;
- d. La zona geográfica de producción a la cual se refiere la Indicación Geográfica o Denominación de Origen;
- e. Los productos para los cuales se usa la Indicación Geográfica o Denominación de Origen;
- f. Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos para los cuales se usa la Indicación Geográfica o Denominación de Origen;
- g. Indicación concreta de lo que se pide;
- h. Dirección exacta para recibir notificaciones; y,



- i. Lugar y fecha de solicitud y firma autógrafa del solicitante o solicitantes.

La solicitud de registro de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen devengará la tasa establecida, salvo cuando el registro fuese solicitado por una autoridad pública.

b) Examen de la solicitud



El examen de la solicitud de inscripción de una IG/DO se realizará con el objeto de verificar que se cumplen los requisitos de la solicitud, antes descritos. Los procedimientos relativos al examen y al registro de la IG/DO se regirán por las disposiciones sobre el registro de las marcas, con la sola excepción que en este caso no se extenderá título alguno.

c) Otorgamiento del Registro.

La resolución que otorga el registro deberá ser publicada por una sola vez en el Diario Oficial y la denominación de origen quedará protegida a partir del día siguiente de esa publicación. El costo de dicha publicación varía según las líneas que contenga la resolución alrededor de \$35.00 por 16 líneas.

Dentro de un plazo no mayor de seis meses contados a partir de la publicación a que se refiere el inciso anterior, los solicitantes deberán presentar al Registro la normativa correspondiente al uso y administración de la IG/DO de que se trate (reglamento de uso de la IG/DO).

El Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Ministerio de Educación deberán formar parte del órgano de administración de cada denominación de origen. No podrá otorgarse ninguna autorización de uso para una denominación de origen, hasta en tanto dicha normativa no sea aprobada por el Registro y publicada en el Diario Oficial por una sola vez, cuyo costo varía según las líneas que contendrá el reglamento.

En el caso de las Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen la legislación permite se entregue el reglamento de uso hasta 6 meses posteriores a la solicitud de la misma, caso contrario lo que ocurre con una Marca Colectiva, en relación al reglamento de uso de la misma, esta debe presentarse juntamente con la solicitud.

Sin menoscabo del otorgamiento de la Indicación Geográfica o Denominación de Origen las cuales podrán ser otorgadas con anterioridad a la presentación del Reglamento de uso, más no así las autorizaciones que el órgano administrador conceda, pues para ello debe estar aprobado el Reglamento de uso.

El Registro tendrá duración indefinida y estará determinada por la subsistencia de las condiciones



que la motivaron. El registro de una IG/DO podrá ser modificado en cualquier tiempo cuando cambiare alguna característica sin que ello implique la pérdida de la condición que motivo su inscripción.

Para poder usar una denominación de origen deberá obtenerse la correspondiente autorización del órgano de administración, conforme a la normativa que para la misma se hubiere aprobado. Esta autorización de uso se otorgará cuando del estudio de la solicitud y de los informes o dictámenes que sea necesario recabar, se establezca que concurren los requisitos exigidos, que determine su reglamento.

El solicitante que desea acceder a una licencia o autorización de uso de una IG/DO deberá: dedicarse directamente a la producción, fabricación o actividad artesanal de los productos protegidos, realizar tal actividad dentro del territorio que abarque la IG/DO, y acredite que ha ejercido la actividad productiva o artesanal de que se trate, en la región o localidad que abarque la denominación de origen, como mínimo durante los dos años anteriores a su solicitud.

Solamente los productores, fabricantes o artesanos autorizados a usar comercialmente una IG/DO, la cual es independiente de la marca que identifique al producto de que se trate.

La autorización tanto para el uso de una MC/IG/DO, como para el órgano administrador, tendrá un plazo de vigencia de diez años, contados a partir de la fecha en que se otorgue y podrá renovarse por períodos iguales.

El usuario de estará obligado a utilizarla tal y como aparezca protegida, atendiendo todas las regulaciones aplicables a la misma y de forma que no amenace con desprestigiar la IG/DO, de lo contrario el Registro, previa audiencia al

interesado y a la entidad que la administra, de conformidad con la respectiva normativa que deberá desarrollarse según lo establecido en esta Ley, resolverá sobre si procede o no la cancelación de la autorización.

Al ser aprobado por el Registro el Reglamento de Uso debe publicarse en el Diario Oficial.



8. Bibliografía

1. Antonio V, Ana Cristina G, Tomás de Haro G., El concepto de valor de marca aplicado a los signos de calidad con Indicación Geográfica, en Revista Española, nº232, 2012.
2. Daniele G, Tim J, William K, Bernard O, May T., Centro de Comercio Internacional, Exportaciones para un desarrollo sostenible, 2009, en www.intracen.org.
3. Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE), Indicaciones Geográficas en Centroamérica: retos y perspectivas, Boletín nº 15, 2012.
4. Juan P., La artesanía en El Derecho (The handicraf in the law), en revista Universitas, nº 125, pp. 287-318, 2012.
5. Julio P, Carlos Pomareda., International Centre for Trade and Sustainable Development, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen en Centroamérica: Situación y Perspectivas, 2009, www.creativecommons.org.
6. Marcelo C., Tipicidad territorial: elemento fundacional de la construcción de una denominación de origen, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (ITA), v. 6, n. 1, p. 22-40, 2016.
7. Mier L., ¿Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas?, 2008, en Dialnet.com.
8. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Las Indicaciones Geográficas, publicaciones de la OMPI, nº 952 (s), s/a, en www.OMPI.net.
9. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Reunión regional de directores de oficinas de propiedad industrial y de oficinas de derecho de autor de américa latina, publicaciones OMPI, 2006.
10. Oficina Española de Patentes y Marcas, El secreto está en la marca, 2015, en www.oepm.es.
11. Sainz H., La actitud de los consumidores ante los vinos con denominación de origen. Distribución y Consumo, 2000, nº 55, pp. 105-131.
12. Ulloa, R. y Gil, J.M., Valor de Mercado y disposición a pagar por la marca “Ternasco de Aragón”, Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros, 2008, no 219, pp 39-70.
13. Calvo D., Analysis of brand equity supplied by appellations of origin: an empirical application for beef, Journal of International Food and Agribusiness Marketing, Vol.14, 2002.





Ministerio de Economía
Viceministerio de Economía
Dirección de Política Comercial.

policom@minec.gob.sv
Tel: 25905758

