



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

TEMA:

La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición

AUTOR:

Serrano Wiesner, Gustavo Antonio

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Abogado de los Tribunales y Juzgados de la
República**

TUTOR:

Aguirre Valdez, Javier Eduardo

Guayaquil, Ecuador

28 de agosto del 2019



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Serrano Wiesner, Gustavo Antonio** como requerimiento para la obtención del título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República**.

TUTOR

f. _____

Aguirre Valdez, Javier Eduardo

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

**Lynch Fernández, María Isabel
Guayaquil, 28 de agosto del 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Serrano Wiesner, Gustavo Antonio

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición**, previo a la obtención del título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 28 de agosto del año 2019.

EL AUTOR

f. _____
Serrano Wiesner, Gustavo Antonio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Serrano Wiesner, Gustavo Antonio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 28 de agosto del año 2019.

EL AUTOR:

f. _____
Serrano Wiesner, Gustavo Antonio

URKUND

Documento	TESIS - Gustavo Serrano.docx (D55142839)	+
Presentado	2019-08-30 11:09 (-05:00)	+
Presentado por	maritzareynosodewright@gmail.com	+
Recibido	maritza.reynoso.ucsg@analysis.urkund.com	+
Mensaje	Tesis Gustavo Serrano Mostrar el mensaje completo	+

0% de estas 13 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

URKUND interface footer: icons for search, zoom, quote, tag, and navigation arrows.

f. _____

Aguirre Valdez, Javier Eduardo

Docente Tutor

f. _____

Serrano Wiesner, Gustavo Antonio

Estudiante



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

JOSÉ MIGUEL GARCÍA BAQUERIZO, MGS.

DECANO DE LA FACULTAD

f. _____

LUIS EDUARDO FRANCO MENDOZA, MGS.

COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

YCAZA MANTILLA, ANDRÉS PATRICIO, DR.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA, CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

Facultad: Jurisprudencia

Carrera: Derecho

Periodo: UTE A-2019

Fecha: 26 de agosto del 2019

ACTA DE INFORME FINAL

El abajo firmante, docente tutor del Trabajo de Titulación denominado “**La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición**”, elaborado por el estudiante **Serrano Wiesner, Gustavo Antonio**, certifica que durante el proceso de acompañamiento dicho estudiante ha obtenido la calificación de **DIEZ SOBRE DIEZ (10/10)** lo cual lo califica como: **APTO PARA LA SUSTENTACIÓN.**

TUTOR

f. _____
Aguirre Valdez, Javier Eduardo

AGRADECIMIENTO

Una persona me enseñó que para ser feliz hay que siempre hacer bien lo que te gusta, y eso que te gusta, hacerlo de la mejor manera posible.

Este trabajo y mis años de carrera universitaria se los dedico, en primer lugar, a dos personas muy especiales, que con sus ejemplos me inspiraron a llegar a donde estoy. Estoy seguro que mis abuelos, el Dr. Gustavo Serrano Bonilla y el Ing. Alex Wiesner Falconí, estarían muy orgullosos de mí.

En segundo lugar, y no menos importante, a mis padres y mis hermanas; quienes han estado a mi lado dentro de todo este proceso. Gracias, a toda mi familia, he contado con su apoyo incondicional desde el primer día.

Por último, manteniéndome muy agradecido, a mis amigos; quienes han compartido día a día conmigo, he compartido momentos inolvidables y me han enseñado mucho de la vida.

Gracias a todos. Por ustedes soy lo que soy.

ÍNDICE

1. Capítulo I	2
1.1 Propiedad Intelectual.....	2
1.2. Propiedad Industrial	2
1.3. Marcas o Signos Distintivos.....	3
1.4. Antecedentes Históricos.....	5
1.5. Proceso legal de registro de marcas.....	6
1.6. Alcance de protección de la marca registrada.....	8
2. Capítulo II.....	9
2.1. Derecho marcario como derecho real.....	9
2.2. Exclusividad	11
2.3 Oposición Marcaria.....	12
2.3.1. Principio de Territorialidad	14
2.3.2. Oposición Andina vs Principio de Territorialidad.....	15
2.3.3. Recurso de oposición y otros recursos.....	16
2.4. Caso ORIENTAL.....	18
2.5. ¿Garantía Marcaria?	19
Conclusiones.....	20
Recomendaciones	21
Bibliografía	23

RESUMEN

Está claro que la propiedad intelectual nace del intelecto del ser humano; estas creaciones, consideradas bienes inmateriales, buscan ser protegidas por medio de garantías o mecanismos otorgados por el Estado a fin de que sean exclusivos, se valoricen y tengan un sentido propio a fin de convertirlo en un activo intangible dentro del patrimonio de una persona. La autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales (SENADI) es el encargado de establecer las herramientas adecuadas para la gestión de los conocimientos. El ejercicio de los derechos de propiedad intelectual aseguran un equilibrio entre titulares y usuarios; cuya función se basa en la regulación, gestión y control de los derechos intelectuales.

El derecho juega un importante desafío dentro de la propiedad industrial, y es que su objetivo debe estar enmarcado, necesariamente, en la protección de las marcas o signos distintivos, modelos de utilidad, patentes, diseños industriales, esquemas de trazado, entre otros; por medio de vías efectivas que conlleven a una solución frente a cualquier conflicto que se llegase a presentar frente a terceros.

A pesar de la normativa nacional e internacional, la competencia desleal, la asociación marcaría, la dilución marcaría, entre otras causas negativas que perjudican a nuestros derechos intelectuales, siguen debilitando su uso y su esencia hasta que las distinguen. Es por esto que, la oposición, como mecanismo adecuado frente a cualquier disparidad marcaría, es una herramienta fundamental al momento de que nuestros derechos intelectuales sean violados por terceros no autorizados, a fin de evitar cualquier efecto negativo que pueda recaer en nuestras creaciones.

Palabras Claves: Signos Distintivos – Propiedad Intelectual – Propiedad Industrial – Activo Intangible - SENADI – Oponibilidad – Derecho Real..

ABSTRACT

It is clear that intellectual property is born from the intellect of the human being; these creations, considered immaterial goods, seek to be protected by guarantees or mechanisms granted by the state in order to be exclusive, valued and have a sense of their own in order to convert it into an intangible asset within the patrimony of a person. The national intellectual rights authority (SENADI) is responsible for establishing appropriate tools for knowledge management. The exercise of intellectual property rights ensures a balance between owners and users, whose function is based on the regulation, management and control of intellectual rights.

The right plays an important challenge within the industrial property, and is that their goal should be framed, necessarily, in the protection of the trademarks or distinctive signs, utility models, patents, industrial designs, layout designs, among others; by means of effective ways that may lead to a solution to any conflict that is ever present in front of third parties.

Despite national and international regulations, unfair competition, trademark association, trademark dilution, among other negative causes that harm our intellectual rights, continue to weaken their use and their essence until they distinguish them. That's why the opposition, as an appropriate mechanism against any trademark disparity, is a fundamental tool when our intellectual rights are violated by unauthorized third parties, in order to avoid any negative effects that may fall on our creations.

Key Words: intellectual property, intellect, intellectual rights, intangible asset, oposition.

DESARROLLO

1. Capítulo I

1.1 Propiedad Intelectual

Es importante reconocer que la Propiedad Intelectual surge necesariamente del intelecto humano, y se representa por medio de una idea o un pensamiento que, a simple punto de vista, podemos deducir que cualquier persona también lo pueda imaginar. Por lo tanto, la propiedad intelectual nace desde que el ser humano tiene la capacidad de inventar o crear cualquier cosa.

El hecho de que esas ideas o pensamientos puedan ser imaginados o tomados por muchas personas, crea, obligatoriamente, la necesidad de que esa representación nacida del propio intelecto esté sujeta a protección a fin de que nadie más la use, pero, ¿por qué queremos que nadie más las use? ¿El hecho de tener una idea propia puede traernos beneficios? Y la respuesta a esta última pregunta es positiva; y es que sí, proteger una idea, materializarla y explotarla influirá directamente en el valor comercial que pueda tener nuestra marca ya que esta protección y el correcto manejo de ella, respalda nuestra idea a fin de que nadie más se aproveche de ella.

En la actualidad, nuestras creaciones, (tales como las marcas, patentes, diseños industriales, entre otras) se protegen a través de los diferentes mecanismos que nos ofrece el Estado a fin de garantizar el bien común. Por lo tanto, el Ecuador sí la regula; su organismo competente en materia de propiedad intelectual es el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, conocido por las siglas SENADI; dicho organismo se encarga de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la propiedad intelectual; antiguamente se lo conocía como el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

1.2. Propiedad Industrial

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que fue expedido en el Ecuador el 16 de diciembre

de 2016, logra realizar una definición y, a la vez, una distinción entre la Propiedad Industrial y la Propiedad Intelectual. Y es que, en general, ésta última es confundida con la primera, por lo que es necesario realizar una distinción entre estas dos figuras.

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, en adelante COESCCI, conocido comúnmente como “Código de Ingenios”, clasifica a la propiedad industrial y la relaciona directamente con las marcas o signos distintivos, modelos de utilidad, patentes, diseños industriales, esquemas de trazado, entre otros; mientras que la propiedad intelectual comprende a los derechos de autor y conexos, cuya protección recae, además, sobre las obras literarias, artísticas y científicas que sean originales y que puedan reproducirse por cualquier forma o medio conocido por conocerse. (Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, 2016. Art. 104)

En la propiedad industrial se presentan una serie de factores que ocurren dentro de los elementos que inciden en la protección marcaria, sus garantías y sus oposiciones. Los cuales serán analizados más adelante. Dichos fenómenos, en teoría, afectan directamente a su titular, cuando el *deber ser* radica en proteger la esencia de la legislación del derecho marcario o derecho de marcas, la cual debería encontrarse equilibrada entre los intereses del titular, empresario o el usuario.

1.3. Marcas o Signos Distintivos

La marca es un signo que nos permite distinguir un producto o servicio de otro. El Art. 359 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación define a la marca de la siguiente manera:

“Art. 359.- Registro de marca.- Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean susceptibles de representación gráfica.”

En el mismo artículo se deja en claro que su representación no sólo debe ser gráfica, sino también puede contener los siguientes signos o medios:

“...1.- Las palabras o combinación de palabras;...”

“...3.- Los sonidos, olores y sabores,

4.- Las letras y los números

5.- Un color delimitado por una forma o una combinación de colores;

6.- La forma de los productos, sus envases o envolturas;

7.- Los relieves y texturas perceptibles por el sentido del tacto;

8.- Las animaciones, gestos y secuencias de movimientos;...”

“...10.- Cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores...”

La normativa nos brinda una gran variedad de opciones para poder registrar un signo como marca de un producto o servicio y lograr explotarlo con el fin de obtener un activo hacia nuestro patrimonio. Sin embargo, no toda opción es válida, ya que el Art. 360 del COESCCI, trata sobre las prohibiciones absolutas al registro de marca y nos brinda algunos ejemplos, entre ellos que dicho signo carezca de distintividad o que, en el caso de envases o envolturas, estas tengan una forma muy usual o que sus formas hayan sido impuestas por la naturaleza, o que el color a registrar no se encuentre delimitado por una forma específica, ya que los colores poseen una codificación para indicar su valor.

Tal es el ejemplo de *Coca Cola*, que su *tonalidad*¹ roja, surgida por una mezcla de tres colores distintos, es un estándar representativo de su marca; tanto así que si observamos dicha tonalidad sin el logo de la marca,

¹ Una marca puede registrar un color siempre y cuando este sea una tonalidad y no un color primario – rojo azul o verde, si consideramos como colores primarios los obtenidos de forma aditiva (RGB)–. Además, el tono de ese color no puede representar el producto en sí, es decir, una marca de chocolate no podrá registrar el color marrón, y en cualquier caso el color deberá poseer una cierta tradición y popularidad asociados a la marca.

nuestra mente automáticamente se trasladará hacia ella. Al igual que CLARO; cuyo registro exclusivo se realizó bajo una tonalidad roja y una clase específica; por lo que ninguna compañía de telefonía móvil (servicio) dentro del Ecuador, puede usar su distinguida tonalidad; de ahí se desprenden sus competencias: naranja, celeste o verde y rosado.

Las marcas son derechos de propiedad industrial teóricamente protegidos. Es preciso definir cuáles son los requisitos que deben tener estos signos para que puedan ser debidamente registrados, que son: la distintividad, perceptibilidad y que sea susceptible de representación gráfica. Dichas características son las que se deben tener siempre presentes dentro de un registro de marca o signo distintivo a fin de evitar afectaciones frente a terceros o confusiones ante los consumidores, cumpliendo su verdadero objetivo, a fin de que dicha marca sea para utilizarse, es decir, para que sea aplicada a un producto o servicio que estará en el comercio.

En Brasil, por ejemplo, la ley No. 9.279, del 14 de mayo de 1996 no hace referencia a la percepción sensorial, lo que limita su registro y nos da a entender que una marca sonora u olfativa no puede ser registrada; así como también los colores o los nombres, según las prohibiciones establecidas. Es muy curioso adentrarnos al mundo de las marcas y sus regulaciones. El derecho marcario, a lo largo de todos estos años, ha ido evolucionando de forma ventajosa; tratando de brindarle mayor seguridad al titular con respecto a cualquier signo distintivo que pretenda proteger. Es preciso establecer el origen de las marcas y, a su vez, dejar en claro el porqué necesitan estar reguladas y protegidas de la manera más segura posible.

1.4. Antecedentes Históricos

Establecido lo anterior, podemos decir a breves rasgos que una marca es una identificación específica cuyo objetivo es establecer una diferencia frente a otras. En el antiguo Egipto, los fabricantes de ladrillos colocaban símbolos en ellos para identificarlos. Por otro lado, en Estados Unidos los ganaderos realizaban una marca al ganado para identificarlo más fácilmente; una de las historias más famosas se remonta al año 1892. Amalia Lucía Victoria Moreau trabajaba en una destilería de techos de

hojalata que había comprado su esposo en Santiago de Cuba para un emprendimiento, en él observaba a diario muchos murciégalos. Según la tradición de ese entonces, los murciégalos eran sinónimo de buena suerte, salud y unión familiar. Debido a los altos niveles de analfabetismo de esa época, el producto necesitaba una identificación gráfica, por lo que doña Amalia le sugirió a su marido que utilice el dibujo de un murciégalo como marca comercial para un nuevo ron que producirían. El gráfico utilizado en el producto, atrajo tanto a los consumidores que llegaron a pensar que la bebida traía buena suerte y daba poderes mágicos. El nombre del marido de doña Amalia era Don Facundo Bacardí y, actualmente, *Bacardí* es una de las marcas comerciales más famosas a nivel mundial.

Repasando antecedentes dentro del Ecuador, notamos que la primera regulación con respecto a la propiedad exclusiva de algo intangible por parte de una persona, en cualquier calidad, recae únicamente en él; y al momento de reproducirla por cualquier medio, ésta conllevará una indemnización o beneficio directo a su titular, tal cual se lo expresa a continuación:

“Constitución Política del año 1835: Art. 99.- El autor o inventor de una propiedad exclusiva de su descubrimiento o producción, por el tiempo que le concediere la ley; y si ésta exigiera su publicación, se dará al inventor la indemnización correspondiente.”

Al momento de que la norma expresa “de su descubrimiento...” evidencia que se refiere a cualquier idea tenida por él; es decir, que haya surgido de su propio intelecto. Años después, se han ido incorporando nuevas regulaciones sobre la propiedad intelectual que fueron teniendo relación directa con la protección de determinados signos distintivos.

1.5. Proceso legal de registro de marcas

“Art. 363.- La solicitud para el registro de una marca se presentará ante la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales de acuerdo al contenido, requisitos y demás normas que disponga el reglamento correspondiente...”

El registro de la marca o signos distintivos en el Ecuador se otorga por parte de la autoridad nacional competente: el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, mediante una solicitud en línea dentro de su portal web. Es necesario establecer la naturaleza del signo en cuyo caso podría ser: denominativo, figurativo, mixto, tridimensional, sonoro/auditivo, u olfativo; además de especificar la clase o clases en las que se pretende realizar el registro, basados en el principio de especialidad que nos otorga la legislación nacional e internacional.

La Clasificación de Niza, establecida por el Arreglo de Niza celebrado el 15 de junio de 1957; a nivel internacional, es una clasificación de productos y servicios que se aplica dentro del proceso de registro de marcas. Ecuador, siendo parte de dicho tratado, tendrá que aplicar su clasificación, como sistema principal o como uno subsidiario. Cada cierto tiempo, no definido, dicho catálogo se actualiza para abarcar los cambios presentados en la sociedad. La undécima y actual edición entró en vigor el 1 de enero de 2019.

Dicho proceso de registro de marca, está compuesto por tres etapas principales: el examen de forma, la etapa de oposición (publicación), y el examen de fondo. El primero es aquel análisis que se le hace a la solicitud y a sus requisitos; su objetivo es que, legalmente, se cumpla con los requisitos de registro de marca que el COESCII y el SENADI establecen. La segunda etapa es la publicación de la marca en la Gaceta de Propiedad Intelectual, a fin de hacer público la el signo y/o producto que se pretende registrar; cuya función principal es darlo a conocer a terceros y que estos se puedan oponer de acuerdo a sus intereses. En caso de que no exista oposición alguna, la última etapa se encargará de examinar la registrabilidad del signo; es decir, que no existan signos iguales (similares) al que se pretende registrar.

Una vez cumplidas tales etapas, se emite una resolución de aprobación o negación del signo.

1.6. Alcance de protección de la marca registrada

El registro de la marca confiere al titular el derecho exclusivo de usarla. Esto significa que la marca puede ser usada exclusivamente por su titular, o a su vez, ser concedida por medio de una licencia a un tercero. Dicho registro busca ofrecerle seguridad jurídica a la marca o signo distintivo, y protege la condición del titular del derecho en caso de que se presente un litigio. Es muy grave llegar a pensar que si registramos una marca en Ecuador, esta diligencia es suficiente para que el signo sea protegido a nivel internacional.

En diversas legislaciones, la protección de una marca se circunscribe al ámbito territorial de cada país cuyo registro es efectuado. Esto quiere decir que no tiene una protección de nivel internacional. Un signo distintivo registrado no tiene protección más allá de las fronteras del territorio, ni los signos registrados en el extranjero gozan de ese derecho. La protección jurídica y el ejercicio del derecho se encuentran limitado al territorio de origen en el cual se dio el registro, por lo que los derechos de propiedad industrial se norman por el principio de la territorialidad.

La Jurisprudencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, dentro del Proceso no. 17-IP-96, nos indica lo siguiente:

“... por el principio de territorialidad consagrado en la Decisión 85 se ha de entender que una marca registrada estará protegida y amparada dentro de la jurisdicción geográfica para la cual fue registrada...”

“... por lo que se entiende que el registro en un solo país no extiende los derechos a los demás países... en la cual el registro tiene el carácter de nacional”

No obstante, este principio deja en claro que la protección de la marca o signo distintivo se configurará dentro de los países en los que dicha marca y servicio se encuentren registrados; por lo que se entiende que los derechos exclusivos de registro dentro del Ecuador, por ejemplo, no se extenderán a otros países.

Por lo tanto, puedo concluir parcialmente que, se ha evidenciado la importancia de una marca sobre un producto o servicio que se pretende brindar. Sus elementos característicos, como lo son: la distintividad, la percepción sensorial y la representación gráfica son las reglas que se deben tener presentes al momento de que exista algún tipo de afectación de terceros o la confusión de los propios consumidores. Su objetivo es crearle un significado como la suma de asociaciones primarias y las percepciones predominantes que un consumidor tiene sobre la misma; la imagen que viene a nuestra mente de manera inmediata cuando escuchamos el nombre de una marca; esto es lo que se busca proteger jurídicamente.

Si bien es cierto, la autoridad nacional competente, el SENADI, contiene herramientas que pueden ser mejoradas desde la raíz a fin de establecer una mayor seguridad jurídica dentro del registro marcario. Podemos observar que los mecanismos otorgados por el COESCII y el SENADI, tratan de brindarle facilidades al administrado al momento de registrar una marca. Lo que por el momento desconocemos, es si esas facilidades están perjudicando al derecho marcario en general.

El COESCII, en cuanto a los requisitos de registro de marca establecidos en su artículo 355 es muy completo, ya que existen legislaciones, como la brasilera, en donde el articulado no describe a la percepción sensorial (por ejemplo, la marca sonora y olfativa) como un signo registrable.

2. Capítulo II

2.1. Derecho marcario como derecho real

Si bien es cierto, el derecho real es una institución jurídica ejercida por una persona, ya sea física o jurídica, sobre una determinada cosa. Esta figura normativa puede suponer un aprovechamiento total o parcial, siendo este derecho oponible frente a terceros. El Código Civil ecuatoriano establece lo siguiente:

“Art. 594.- Las cosas incorporales son derechos reales o personales.”

“Art. 600.- Sobre las cosas incorporales hay también una especie de propiedad...”

La propiedad intelectual, como cosa incorporal, ha sido empleada por doctrinarios que han reservado la expresión “Bienes inmateriales” a aquellos que son creados por medio del talento o específicamente del ingenio, los cuales se desprenden como derechos de propiedad intelectual o de propiedad industrial. Actualmente los derechos de propiedad logran ser entendidos como derechos de uso, disposición y explotación, ya que poseen los elementos de exclusividad, universalidad y transmisibilidad. Dentro de esta categoría se incluyen no sólo los derechos de propiedad sobre bienes muebles e inmuebles, sino asimismo los derechos sobre bienes inmateriales. Los bienes inmateriales dan lugar a un conjunto de derechos reconocidos y tutelados por el ordenamiento jurídico.

Diez Picazo, denomina bienes inmateriales a las realidades que, careciendo de existencia corporal y siendo producto o creación intelectual del espíritu, el ordenamiento jurídico valora como posible objeto de derechos subjetivos. A su vez, Gómez Segade sostiene que los bienes inmateriales son creaciones de la mente humana que, mediante los medios adecuados, se hacen perceptibles y utilizables en las relaciones sociales, y por su especial importancia económica son objeto de una tutela jurídica.

Expresando una descripción de los bienes inmateriales, basada en las definiciones establecidas en el párrafo anterior, es preciso manifestar que estos bienes, característicos de la propiedad intelectual, no se encuentran concretamente delimitados, ya que no son cosas corporales y, por lo tanto, sus límites son subjetivos. A su vez son derechos temporales porque se establece su caducidad a través de la ley, como por ejemplo las marcas, cuya duración –renovable- es de 10 años; por lo tanto, el titular tiene un derecho de propiedad, que no se agota, sino que se encuentra la posibilidad de su función en repetirlo por medio de la renovación. Por último, con respecto a su forma de adquisición, en el caso del derecho marcario, la persona que, a su nombre, registró una marca junto a una clase o servicio específico es la titular del derecho sobre tal, tal cual lo estipula el Código

Civil ecuatoriano, en su artículo 601, que especifica que las producciones del talento o del ingenio son de propiedad de sus autores.

Con lo antes expuesto, los derechos que recaen sobre los bienes inmateriales presentan una relación estrecha con los derechos reales, como por ejemplo: su contenido patrimonial, ser objeto de transmisión por medio de contratos de transferencia, licencia de marca o cesión, y, la de otorgar al titular un derecho de forma absoluta de manera exclusiva de forma general.

Siendo un derecho exclusivo y *erga omnes*, los bienes inmateriales poseen ciertas particularidades. El titular de una patente ejerce un señorío exclusivo sobre su invención; sin embargo, el titular de una marca no está legitimado para oponerse a cualquier reproducción de su signo, ya que excepto de las marcas notorias, el señorío del titular de la marca recae sobre el signo relacionado con una determinada clase de productos o servicios (Principio de especialidad). Por lo que, sobre un mismo signo, pueden recaer dos o más derechos de marca autónomos, es decir, que sean de diferentes personas. (Llobregat Hurtado, María Luisa. *Temas de Propiedad Industrial*, p. 39)

2.2. Exclusividad

Sin este principio, no hubiera afectación por el uso de un signo por más que estos, legalmente, sean considerados derechos reales. La exclusividad marcaria es el fundamento por el cual hace a una marca o signo distintivo oponible frente a terceros y, en consecuencia, le otorga al titular, el derecho a ejercer acciones de cualquier índole en contra de quienes afecten su derecho marcario. La decisión 486, en su artículo 154 manifiesta lo siguiente:

Art. 154.- El derecho al uso **exclusivo**² de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficial nacional competente.

² Lo subrayado en negritas es del autor.

Por lo tanto, dicho registro confiere a su titular el derecho exclusivo de impedir que un tercero realice, sin su consentimiento, la aplicación o colocación de un signo idéntico o semejante sobre productos o servicios para los cuales se ha registrado la marca, obedeciendo el principio de especialidad; usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca, cuando esto pudiese causar al titular un daño económico o comercial; usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida para cualquier fin; importar o exportar productos con la marca; entre otros ejemplos estipulados en la Decisión 486 y en el COESCII, que puedan considerarse análogos o asimilables a lo previsto en los literales anteriores.

En la Jurisprudencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Tomo IV, página 144, dentro del proceso No. 5-IP-94, el tribunal se pronuncia sobre y sostiene que la exclusividad del derecho sobre la marca y reconoce para el titular o propietario facultades para impedir que un tercero perturbe el uso de la marca en detrimento de los derechos de su titular y en prestigio de la propia marca que puede debilitarse, y en defensa del consumidor quien puede ser engañado o conducido a error por uso ilegal o fraudulento de la marca.

2.3 Oposición Marcaria

Para comenzar a explicar el origen de la oposición en materia de Propiedad Intelectual, es necesario establecer el procedimiento del registro de marcas o signos distintivos. Dicho procedimiento, compuesto por tres etapas: examen de forma, oposición (publicación) y examen de fondo. Encontrándonos en la segunda etapa, el órgano competente concede el plazo de treinta días, siguientes a la fecha de la publicación del extracto de la solicitud de registro en la Gaceta de la Propiedad intelectual, a quien tenga legítimo interés para poder ejercer oposición, debidamente fundamentada, a fin de desvirtuar el registro de la marca que se pretende.

Obedeciendo los principios marcarios, entre esos el de distintividad, es “imposible” (entre comillas, porque sucede) que se registre un signo que no guarde este principio. No sería distintivo el signo SPRAIT para colas/refrescos, ya que se presta para confusión con SPRITE para

colas/refrescos. Su verdadero objetivo es que el consumidor distinga al producto y no genere confusiones; caso contrario, el perjudicado tiene derecho a oponerse a tal registro. El COESCII, con respecto a la distintividad, reza lo siguiente:

“Art. 359.- Registro de marca.- Se entenderá por marca cualquier signo que sea apto para **distinguir**³ productos o servicios en el mercado...”

No sólo la legislación lo manifiesta; continuando la importante línea de la distinción, Jorge Otamendi, en su libro de Derecho de Marcas, a breves rasgos, sostiene que la marca es el signo que **distingue**⁴ un producto de otro o un servicio de otro, indicando que la distinción es la verdadera y única función de una marca.

Por otro lado, la competencia desleal, en materia de Propiedad Industrial es muy común. La decisión 486 vincula por primera vez a la competencia desleal con la propiedad industrial, en su artículo 258, considera desleal o práctica desleal a todo acto vinculado a la propiedad industrial que sea contrario a los usos y prácticas honestas; pero, ¿Qué se considera *contrario a los usos y práctica honesta*? El siguiente artículo *ibídem* nos despeja la duda, y alude lo siguiente:

“Art. 259.- Constituyen actos de competencia desleal vinculados a la propiedad industrial, entre otros, los siguientes:

- a) Cualquier acto capaz de crear confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
- b) Las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, productos o la actividad industrial o comercial, o,
- c) Las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza,

³ Lo subrayado en negritas es del autor.

⁴ Lo subrayado en negritas es del autor.

modo de fabricación, características, aptitud en el empleo o la cantidad de productos.”

Frente a lo antes expuesto, es que se derivan los instrumentos de protección que la legislación nacional e internacional nos otorga, tales como las acciones de oposición, nulidad de registro, entre otros; como garantía a fin de impedir el aprovechamiento ilícito por terceros.

El derecho marcario, como derecho real, crea la posibilidad, por medio de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, de que un tercero pueda oponerse contra una solicitud de marca si es que posee el interés legítimo para querer impedirlo; tal cual lo describe el artículo 147 de la Decisión antes mencionada.

“Art. 147.- ... se entenderá que también tienen interés legítimo para presentar oposiciones en los demás países miembros, tanto el titular de una marca idéntica o similar para productos o servicios, respecto de los cuales el uso de la marca pueda inducir al público a error, como quien primero solicitó el registro de esa marca en cualquiera de los países miembros...”

2.3.1. Principio de Territorialidad

Mediante el Principio de Territorialidad, la protección marcaria se dará exclusivamente en los países⁵ en que éstas se encuentren registradas. Es importante ahondar nuevamente en este principio marcario, ya que la legislación nacional e internacional lo menciona y lo define reiteradas veces.

Jorge Otamendi en su libro de Derecho de Marcas, sostiene que el derecho exclusivo de la marca que su registro otorga, se circunscribe al ámbito territorial (Nacional). Ni la marca registrada tiene esa exclusividad más allá de las fronteras del país, ni las marcas registradas en el extranjero gozan de ese derecho en nuestro país.

⁵ La protección de una marca, por medio del Principio de Territorialidad estará dada, por regla general, a los países y dentro de la circunscripción de dichos países.

Dicho esto, el alcance de la oposición marcaría limita al principio de territorialidad, imponiendo dos excepciones: a) La notoriedad de una marca; que es aquella que ha adquirido a través de una certificación realizada por la autoridad competente, una condición y un tratamiento distinto, ya que el nivel reconocimiento de la marca, en cuanto al sector pertinente, es alto; y la Oposición Andina, la cual será tratada a continuación:

2.3.2. Oposición Andina vs Principio de Territorialidad

La Oposición Andina es la objeción realizada por un tercero cuando una marca registrada en el país A de la Comunidad Andina, es igual a la marca que se pretende registrar en el país B de la Comunidad Andina. Dicho proceso, a su vez, será válido cuando se presente una solicitud de registro de la marca en conflicto junto a la oposición. Por ende, para que la Oposición Andina sea considerada válida, será necesario acreditar los derechos que posee sobre la marca mediante el certificado de registro de marca o de la decisión que confirió el registro en el país miembro.

Este mecanismo se originó bajo el Régimen de Propiedad Intelectual de la Decisión 344; y la actual, introdujo como uno de sus requisitos, demostrar el legítimo interés de querer ingresar al mercado del país donde se presenta la oposición, por medio de la presentación de la solicitud de registro de su marca. Este requisito es fundamental, ya que el titular busca oponerse a una solicitud de marca extranjera de igual condiciones a la establecida en su país de origen, por lo que sonaría ilógico que se conceda la oposición y el beneficiario no establezca exactamente la misma marca de la oposición en ese país; lo que dejaría es un vacío y, a su vez, se vulneraría el derecho de poder registrar una marca o signo distintivo en el país de origen. Por lo que este requisito, establecido en la Decisión 486, busca evitar cualquier tipo de abuso sobre el derecho que tiene para oponerse y, también, evitar el registro marcario cuando no hay un interés real de uso.

Siendo la Oposición Andina, una vía o mecanismo excepcional al principio de territorialidad; ya que permite al titular de un registro de marca presentar una oposición en contra de una solicitud de cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina.

2.3.3. Recurso de oposición y otros recursos

Por otro lado, dentro de conflictos territoriales, la legislación nos da la facultad de poder presentar oposiciones frente a terceros mediante el Recurso de Oposición, el cual es un claro elemento del Derecho Real Marcario. La oposición es un recurso concedido por la normativa internacional y nacional sobre la solicitud un signo distintivo publicado en la Gaceta de Propiedad Intelectual mensual y nacional.

Tal cual se expresa en el “Código de Ingenios”, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es el organismo competente para conocer, tramitar y resolver los recursos de oposición que se presenten, dentro de su artículo 11, numeral cuarto:

“...serán atribuciones de la entidad responsable de la regulación, control y gestión de la propiedad intelectual y de la protección de los conocimiento tradicionales las siguientes:

...4.- Tramitar y resolver las oposiciones que sobre registros de derechos de propiedad intelectual se presentaren (...)"

La normativa ecuatoriana brinda facilidades, al titular de la marca a fin de que éste pueda presentar recursos por medio de tutelas administrativas a fin de buscar la mayor protección en la propiedad industrial. La violación a los derechos intelectuales, dará lugar al ejercicio de acciones judiciales o administrativas. El COESCII, dentro de la observancia positiva, establece la Tutela Administrativa frente a los atropellos a los derechos de propiedad intelectual, de la siguiente manera:

Art. 559.- De la tutela administrativa.- La autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales ejercerá, de oficio o a petición de parte, funciones de inspección, monitoreo y sanción para evitar y reprimir infracciones a los derechos de propiedad intelectual.

El SENADI, como autoridad competente, brinda las funciones antes mencionadas, pareciendo suficientes frente a cualquier violación que se pueda ocasionar. A su vez, establece que bajo el principio de exclusividad, el

titular del derecho protegido u otra persona legitimada podrá entablar acciones administrativas en contra de cualquier persona que infrinja los derechos correspondientes. Si es el caso, la misma autoridad, podrá ordenar la adopción medidas, tales como la inspección, requerimiento de información, incluyendo la facultad de ordenar la presentación de documentos u objetos que se encuentren bajo el control o posesión del presunto infractor; sanción de la infracción; y, las providencias preventivas previstas en el COGEP.

Tales providencias, establecidas en un artículo innumerado, buscan evitar que se produzca o continúe la infracción sobre los derechos de propiedad intelectual, por lo que el juez de lo civil, a petición de la autoridad competente, podrá ordenar:

- 1) Cese inmediato de la actividad que constituya la presunta infracción: a) Suspensión de la actividad infractora y/o prohibición de reanudarla; b) Clausura provisional del local o establecimiento; c) Retiro de la mercancía u objetos infractores;
- 2) Suspensión de la actividad de utilización, explotación, venta, importación o exportación, entre otros factores resultantes del mal uso de una marca;
- 3) El secuestro o retención, a fin de puedan asegurar el pago de la indemnización correspondiere.

Para este tipo de acciones, la legislación ecuatoriana nos otorga la facultad de poder presentar una demanda, la cual se iniciará ante el Juez Civil competente mediante el procedimiento sumario. Por lo tanto, el titular perjudicado puede optar por la vía administrativa o judicial para asegurar la protección de sus derechos intelectuales, así como garantizar el comercio, la competencia y el legítimo uso de productos o servicios protegidos por la propiedad intelectual.

Dicho esto, al haber conflicto de competencias en los procesos judiciales o administrativos en los que exista la misma identidad de personas, objetos, derechos controvertidos de propiedad intelectual, el juez o la autoridad que haya avocado conocimiento de la causa posteriormente,

deberá suspender su tramitación hasta que la causa primigenia sea resuelta, independientemente de la autoridad y vía en la que fueron iniciadas. (Art. 538, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, 2016)

2.4. Caso ORIENTAL

A manera de ejemplo, el polémico caso Oriental, cuyo procedimiento se tramitó vía judicial ante el Tribunal Contencioso Administrativo No. 2, mediante el cual, la compañía Oriental Industria Alimenticia O.I.A. CIA. LTDA (en adelante Oriental) demandó a la compañía Procesadora Nacional de Alimentos C.A. PRONACA (en adelante Pronaca) por usar, dentro de las etiquetas de sus productos: Salsa China Oriental, Ají Oriental, China de Soya Oriental y entre otros, una etiqueta y presentación similar, cuyo contenido confundía deliberadamente al público consumidor respecto del origen empresarial del producto y su calidad.

Dicha presentación contenía el uso de los mismos colores, formas, letras, posición de los elementos de los productos de ORIENTAL, letras de alfabeto chino e incluso diseños emblemáticos chinos como el dragón, en general. El Tribunal, luego de 8 años de litigio; habiendo realizado consultas al Tribunal Andino; disponiendo peritajes con respecto a la división de ganancias que se dieron desde el 2007 al 2018; declaró con lugar la demanda presentada por la compañía Oriental y estableció como daños y perjuicios ocasionados, relacionado al daño emergente y lucro cesante, la cantidad de (USD\$901.083.85) que hubiese tenido la compañía en caso de que no se hubiese producido la violación de la marca.

Siguiendo el mismo lineamiento, dentro del cual se presenta confusiones marcarias por el uso de la denominación “Oriental” en sus productos, en otro proceso, sustanciado por la vía administrativa, la compañía ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA OIA S.A., presentó un reclamo administrativo ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales en contra de la compañía SUMESA S.A., en donde se establecieron las medidas cautelares establecidas en el artículo 565 del COESCCI como

sanción: 1) El cese inmediato del uso del registro marcario “Oriental”, 2) El retiro de los circuitos comerciales de todos los productos SUMESA Oriental, incluyendo, envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales; 3) Suspensión de la comunicación pública del contenido protegido en medios digitales; y una multa económica.

2.5. ¿Garantía Marcaria?

Mencionado el caso anterior, uno de los mayores problemas que se enfrentan dentro del mundo de la propiedad intelectual, en general; es que es muy común que las empresas se dediquen a una misma actividad comercial, por ejemplo, pasen por un proceso creativo y su intelecto les arroje ideas similares o iguales –por coincidencia-, y creen que definitivamente no existe en el mercado otro signo distintivo igual con el que pudiera existir confusiones; o por tema de estrategia para generar confusiones. Esto puede presentarse, ya sea de forma consciente o inconsciente, influyendo directamente en la dilución del signo, degradando su valor económico, ya que existen efectos negativos respecto de la pérdida de su fuerza distintiva; los cuales causan confusión y asociación de la marca o signo.

“La dilución marcaria es uno de esos conceptos completos de la Propiedad Industrial que figura en la mayoría de legislaciones y que los titulares no pierden oportunidad de esgrimir en oposiciones, apelaciones e instancias judiciales” (Sánchez Merino, F., *De la Dilución Marcaria y Otros Demonios*)

Pattishall, manifestó que el ilícito de dilución tiene lugar cuando el uso de una marca por terceros no autorizados crea la percepción de que la marca ya no tiene un significado único, singular o particular, sino que en cambio denomina varios productos de distintos orígenes. Por lo tanto, cuando el uso de una marca igual o de marcas similares por terceros causa que una marca se vuelva menos distintiva, ésta ha sido diluida.

Dicho acto, comprendido como competencia desleal, acarrea un riesgo de asociación marcaria, dentro de la cual el consumidor, al adquirir un producto o servicio, aunque diferencia las marcas en conflicto y el origen comercial, pueda pensar que el producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica. Esto establece el riesgo de confusión y de asociación marcaria, cuyo objetivo desleal por parte de la compañía que usó productos similares o idénticos es beneficiarse de la actividad empresarial ajena, por lo que aún no tenemos una garantía marcaria totalmente desarrollada en el Ecuador.

Conclusiones

PRIMERO: El registro de marca no garantiza de ninguna manera que terceros no autorizados no utilicen o dejen de utilizar una marca o signo distintivo; Sin embargo, se prevén recursos y mecanismos de defensa de carácter judicial o administrativo a fin de conseguir evitar la violación de nuestros derechos marcarios.

SEGUNDO: La competencia desleal, que puede presentarse en cualquier momento por parte de un tercero sobre una marca registrada, puede perjudicar directamente a la compañía, por lo que causaría una confusión marcaria, menoscabando al prestigio de la marca o signo distintivo. Tal es el Caso Oriental, expuesto anteriormente, cuyo resultado arrojó la vulneración de los derechos exclusivos de la propiedad intelectual.

TERCERO: El examen de registrabilidad, dentro de sus etapas, se incumplió en el Caso Oriental, debido a que la autoridad competente, registró y permitió que la denominación "Oriental" sea obtenida por otras empresas cuyos productos o servicios son similares, siendo un error de parte de la SENADI ya que, como se ha anticipado, estas violaciones conllevan a la dilución marcaria, afectando a la marca cuya solicitud de registro fue presentada primitivamente.

Recomendaciones

PRIMERO: Reconociendo el valor actual de la marca dentro de nuestra sociedad, es pertinente establecer mayor garantías marcarias con el objetivo de proteger los intereses de los titulares, como por ejemplo: Determinar un nuevo proceso mensual de publicación, basado en la gaceta en línea de propiedad intelectual, que deberá realizarse de manera física en uno de los periódicos con mayor circulación a nivel nacional, con el fin de que se cumpla, de manera efectiva, con el principio de publicidad, para que puedan tener un acceso eficaz para conocer sobre las solicitudes de marca que se pretenden registrar. Este libre acceso conllevará mayor seguridad jurídica en cuanto, cualquier tercero afectado, podrá oponerse directamente por medio de los mecanismos consagrados en la legislación ecuatoriana.

SEGUNDO: Basados en la primera recomendación, es necesario realizar una reforma al COESCCI, en cuanto se debe incorporar un procedimiento simplificado y accesible, únicamente, para reclamos por infracciones entre marcas generales. Toda vez que, un tercero se encuentre utilizando la marca de un titular sin autorización. El procedimiento se basaría en un reclamo inmediato y efectivo ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, sin necesidad de un abogado para su presentación ni tramitación; además de no requerir, por ningún motivo, pago de tasa administrativa alguna. Adicionalmente, para la tramitación del presente procedimiento, se deberá crear el Departamento de Resoluciones Marcarias - SENADI, especializado en infracciones y afectaciones a signos distintivos. (Esta idea es totalmente contraria al proceso de oposición actual, ya que las marcas que afectan al titular no necesariamente deberán estar en proceso de registro)

TERCERO: A medida de que el Derecho de Propiedad Intelectual va avanzando a pasos agigantados, es necesario establecer jueces propios de esta materia. A fin de que toda oposición, nulidad o recurso a presentar se sustancie ante esa autoridad. Volviendo al caso Oriental, los jueces del Tribunal Contencioso Administrativo 2, tuvieron que realizar una consulta al

Tribunal Andino a fin de que se pronuncien sobre la complejidad de la materia y con tal pronunciamiento, tomar una decisión sobre el caso.

CUARTO: Conociendo la complejidad sobre la determinación de los elementos marcarios, además de establecer jueces propios de la materia, se sugiere una reforma al Código Orgánico Administrativo, para que exista un proceso de impugnación ante la misma Sala que emitió la resolución por medio de un recurso de reposición, a fin de que exista un doble revisión de la resolución. (Dicho recurso existió en el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, y fue derogado por el COA)

Bibliografía

Constitución Política del año 1835

Código Orgánico General de Procesos, 2016. Registro Oficial.

Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad y Innovación.

Ley de Derechos de Autor, 1976

Ley de Propiedad Intelectual, 1998 (Derogado)

Ley No. 9.279, de 14 de mayo de 1996: Derechos y Obligaciones de la Propiedad Industrial, Brasil.

Decisión 351 de la Comunidad Andina, 1993.

Decisión 486 de la Comunidad Andina, 2000.

Isidro Satanowsky, *Derecho Intelectual*, p. 156

Caso Oriental: Tribunal Distrital No. 2 de lo Contencioso Administrativo. Proceso No. 09801-2011-0118.

Jurisprudencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena. Proceso no. 5-IP-94. Tomo IV, p. 144

Pazmiño Ycaza, Antonio. *Introducción al Derecho Marcario y los Signos Distintivos*, p. 134

Antequera, Ricardo Enrique: "Zonas de Contacto entre el Derecho de Autor y los Derechos Industriales" en "Derechos Intelectuales". No. 11. Ed. Astrea, Buenos Aires, 2005. p. 16

Sánchez Merino, F., *De la Dilución Marcaria y Otros Demonios*, p. 1

Carlos Fernández Ballesteros, *El derecho de autor y los derechos conexos en los umbrales del siglo XXI*, s.p.

- Diez Picasso, Temas de Propiedad Industrial. 2da. Edición, p.37
- Llobregat Hurtado, María Luisa. *Temas de Propiedad Industrial*, p. 39
- Otamendi Jorge, *Derecho de Marcas*; Editorial Abeledo Perrot, p. 9 y 23
- Proceso No. 17-IP-96. Jurisprudencia del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, Tomo V, p. 81
- “Percibir” Def. 2e. Diccionario de la Real Academia Española. 2019
- Enrique Avellán Ferrés, Cómo juega el derecho de autor en las convenciones internacionales, en Revista de Derecho, No. 23, Quito, Corporación de Estudios y Publicaciones, 1970, p.9.
- Marco Proaño Maya, El Derecho de autor. Un derecho universal, p. 17
- Pattishal, *dawning acceptance of the dilution rationale for a trademark – trade identity protection*, p. 74
- Delia Lipszyc, *Derechos de Autor y derechos conexos*, Buenos Aires, UNESCO, 1994, p. 29.
- Marco Proaño Maya, *El derecho de autor. Un derecho universal*, Quito, Editorial El Gran Libro, 1993, pp. 15 y 16.
- Ilardia Nardia, ¿Qué es la lealtad de la marca?, 2014. Obtenido de: <https://blog.fromdoppler.com/branding-que-es-la-lealtad-de-marca/>
- Gómez Segade, José Antonio. Los bienes inmateriales en el Anteproyecto de Ley del Código Mercantil. En: Estudios sobre el futuro Código Mercantil, 2015, pp. 115 – 135.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Serrano Wiesner, Gustavo Antonio** con C.C: # **0919957035** autor del trabajo de titulación: **La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición** previo a la obtención del título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **28 de agosto de 2019.**

f. _____

Nombre: **Serrano Wiesner, Gustavo Antonio**

C.C: **0919957035**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	La marca o signo distintivo como derecho real y su oposición		
AUTOR(ES)	Gustavo Antonio Serrano Wiesner		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Javier Eduardo Aguirre Valdez		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas		
CARRERA:	Derecho		
TÍTULO OBTENIDO:	Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	28 de agosto de 2019	No. PÁGINAS:	34
ÁREAS TEMÁTICAS:	Propiedad Intelectual, Derecho Marcario, Propiedad Industrial		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	<i>Signos Distintivos – Propiedad Intelectual – Propiedad Industrial – Activo Intangible - SENADI – Oponibilidad – Derecho Real</i>		
RESUMEN: El derecho juega un importante desafío dentro de la propiedad industrial, y es que su objetivo debe estar enmarcado, necesariamente, en la protección de las marcas o signos distintivos, modelos de utilidad, patentes, diseños industriales, esquemas de trazado, entre otros; por medio de vías efectivas que conlleven a una solución frente a cualquier conflicto que se llegase a presentar frente a terceros. A pesar de la normativa nacional e internacional, la competencia desleal, la asociación marcario, la dilución marcario, entre otras causas negativas que perjudican a nuestros derechos intelectuales, siguen debilitando su uso y su esencia hasta que las distinguen. Es por esto que, la oposición, como mecanismo adecuado frente a cualquier disparidad marcario, es una herramienta fundamental al momento de que nuestros derechos intelectuales sean violados por terceros no autorizados, a fin de evitar cualquier efecto negativo que pueda recaer en nuestras creaciones.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593984313598	E-mail: gserranow@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Franco Mendoza Luis Eduardo.		
	Teléfono: + 593 99 474 8073		
	E-mail: luis.franco04@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			