



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

TEMA:

Protección Jurídica en el Registro de las Marcas

AUTORES:

Avegno Pasto, Cristhian Leonel

Montalván Vizueta, Kevin Jostin

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

TUTOR:

Dr. Aguirre Valdez, Javier Eduardo

**Guayaquil, Ecuador
26 de febrero del 2021**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y
POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Avegno Pasto, Crithian Leonel y Montalván Vizueta, Kevin Jostin**, como requerimiento para la obtención del título de **Abogados de los Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador**.

TUTOR (A)

f. _____
DR. AGUIRRE VALDEZ, JAVIER EDUARDO

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
AB. MARIA ISABEL LYNCH FERNANDEZ

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y
POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Avegno Pasto, Cristhian Leonel y Montalván Vizqueta,
Kevin Jostin**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Protección Jurídica en el Registro de las Marcas** previo a la obtención del título de **Abogado de los Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador**, 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, a los 26 del mes de febrero el año 2021

LOS AUTORES

f. 
Avegno Pasto, Cristhian Leonel.

f. 
Montalván Vizqueta, Kevin Jostin.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS
CARRERA DE DERECHO

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Avegno Pasto, Cristhian Leonel y Montalván Vizqueta,**
Kevin Jostin

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Protección Jurídica en el Registro de las Marcas** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de febrero el año 2021

LOS AUTORES

f. 
Avegno Pasto, Cristhian Leonel.

f. 
Montalván Vizqueta, Kevin Jostin.

Reporte de urkund

URKUND ➔ Abrir sesión

Documento [TESIS Avegno y Montalvan 13 marzo.docx](#) (D98325044)

Presentado 2021-03-14 17:39 (-05:00)

Presentado por javieraguirrevaldez@gmail.com

Recibido maritza.reynoso.ucsg@analysis.orkund.com

Mensaje Nueva revisión Urkund trabajo Avegno y Montalván [Mostrar el mensaje completo](#)
4% de estas 19 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

+	Categoría	Enlace/nombre de archivo	-
+	>	TESIS Avegno y Montalvan final 1.doc	-
+	Fuentes alternativas		
+	Fuentes no usadas		



Avegno Pasto, Cristhian Leonel.
ESTUDIANTE DE UTE

Dr. Aguirre Valdez, Javier Eduardo
TUTOR DE TESIS



Montalván Vizueta, Kevin Jostin.
ESTUDIANTE DE UTE

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos a las personas que han estado apoyándonos incondicionalmente, sobre todo a nuestros compañeros de aula que han estado presente en estos tiempos difíciles.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestros padres por su infinito e incondicional amor, por creer en nosotros y sobre todo por enseñarnos que con esfuerzo y dedicación no hay imposibles.



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

DR. GARCÍA BAQUERIZO, JOSÉ MIGUEL
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

AB. REYNOSO GAUTE, MARÍA MGS
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

DRA. PÉREZ PUIG-MIR, NURIA
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad: Jurisprudencia y Ciencias Sociales y Políticas

Carrera: Derecho

Periodo: UTE B-2020

Fecha: 26 de febrero del 2021

ACTA DE INFORME PARCIAL

El abajo firmante, docente tutor del Trabajo de Titulación denominado **Protección Jurídica en el Registro de las Marcas**, elaborado por los estudiantes **Avegno Pasto, Cristhian Leonel y Montalván Vizqueta, Kevin Jostin**, certifica que durante el proceso de acompañamiento dicho estudiante ha obtenido la nota de **NUEVE (9/10)**, lo cual califica como **APTO PARA LA SUSTENTACIÓN**.

Dr. Aguirre Valdez, Javier Eduardo

ÍNDICE

RESUMEN.....	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN.....	2
Capítulo I	4
1.1 La marca en el derecho	4
1.2 Definiciones	5
1.3 Marca	5
1.3.1 La Mala Fe relacionada en el registro	7
1.3.2 Competencia desleal.....	8
1.4 Tipos de competencias	9
1.4.1 Competencia perfecta o pura.	9
1.4.2 Competencia imperfecta o practicable.....	10
1.5 Clasificación de la competencia desleal.....	11
1.6 Derecho de la libre competencia.....	13
1.7 Requisitos de la marca	14
CAPÍTULO II.....	15
2.1 Registro de la marca.....	15
2.2 Funciones de la Marca.....	16
2.3 La naturaleza jurídica de la marca.	17
2.4 El surgimiento del derecho sobre la marca	18
2.5 La comparación entre marcas mixtas	18

2.6	Responsabilidad civil por lesión al derecho al uso exclusivo de la marca.....	19
2.7	Solicitud para proceder contra la mala fe.....	19
	METODOLOGÍA.....	22
	PROPUESTA	24
2.1	Objetivo General.....	25
2.1.1	Objetivos Específicos.....	25
2.2	Plan Operativo de la propuesta.....	25
	CONCLUSIONES	28
	BIBLIOGRAFÍA.....	29

RESUMEN

Mediante el presente estudio se plantea la necesidad de incorporar la transformación de carácter significativo, con el fin de mejorar la protección a la marca en nuestra legislación. Actualmente existe un marco legal que protege a la marca el mismo que está dentro de ley de propiedad intelectual; si bien es conocido la marca se diferencia dependiendo de un bien o del tipo de servicio que se brinde, a través de un signo que se único con el fin de diferenciarse de los demás, consecuencia al crecimiento del país, y el desarrollo que se han venido vulnerando sus derechos de esta manera se observa que la marca sufre grande escala de competencia desleal. Los derechos marcarios, en conjunto con los derechos de propiedad intelectual, son de gran importancia debido a la función garantista y protectora que desempeñan, puesto que son los encargados de ofrecernos seguridad jurídica para que se respeten y no se vulneren creaciones intelectuales tanto de personas que ya poseen la autoría de sus obras, así como de quienes buscan protegerse de intentos de suplantación o de la competencia desleal perpetrados por terceros. Enfocado en la falta de sanciones dentro de la normativa relacionada al derecho marcario, de forma más específica en procesos correspondiente a las marcas que han sido registradas o solicitadas con una existente mala fe comprobable, además de la creación de un apartado sancionatorio dentro de la misma normativa y una crítica comparativa entre la vía civil.

Palabras claves: Propiedad intelectual, seguridad jurídica, competencia desleal, mala fe, medios probatorios.

ABSTRACT

This project addresses, and is based on the need to incorporate changes of a significant nature, in order to improve the protection of the Brand in our Legislation. At present there is a legal body that deals with the "BRAND" itself that is typified within the Intellectual Property Law; the brand is a good without material existence owned by someone, by means of which it is sought to differentiate a good or served through a sign that is exclusive in order to identify it from that of others; and, that due to the growth of countries and their development, their rights have been violated, in such a way that we can appreciate that the brand has suffered a large scale of unfair competition, trademark rights, together with property rights. intellectual, are of great importance due to the guarantee and protective function they perform, since they are in charge of offering us legal certainty so that intellectual creations of both people who already own the authorship of their works, as well as who seek to protect themselves from impersonation attempts or unfair competition perpetrated by third parties. Focused on the lack of sanctions within the regulations related to trademark law, more specifically in processes corresponding to trademarks that have been registered or requested with an existing verifiable bad faith, in addition to the creation of a sanctioning section within it. normative and a comparative criticism between the civil route.

Keywords: Intellectual property, legal security, unfair competition, bad faith, evidence.

INTRODUCCIÓN

Este estudio busca abordar temas de la Protección de la Marca esto está estipulado en la difusión de normas jurídicas nacionales e internacionales consecuencia a los cambios en todo el mundo, de esta forma se fomenta una competencia justa y fomentar la producción de bienes y servicios de alta calidad, proporcionando innovación y creaciones y promover a los avances tecnológicos y culturales.

Es por ello que el significativo valor que puede llegar a tener una marca es de gran distinción visto en un ámbito financiero, pero además es un bien intangible, al formar parte del derecho. Al ser regulado en un cuerpo normativo, podemos encontrar situaciones en que esta figura puede caer en un acto de abuso y por ende debe ser protegido por la misma legislación.

Con los años, las marcas han evolucionado hasta configurar lo que hoy conocemos como un sistema para registro y protección de marcas. En Ecuador existe un código denominado “Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación” en la que se encuentran estipulados varios artículos correspondientes a la propiedad intelectual, marcas. En él se encuentran las normativas que sirven de soporte para la protección de las distintas invenciones producto del intelecto humano como lo son las marcas.

Actualmente, el emprendimiento de micro y pequeñas empresas que fortalecen el crecimiento económico también trae consigo el uso de una marca comercial, por lo que cada empresa va a querer ser conocida en el mercado competitivo con un nombre único, es decir una forma de distinción para poder resaltar sobre la de otras empresas. He aquí la cúspide de las marcas, puesto que, son estas las que harán conocer a dichas empresas en una sociedad de actividad económica.

Las marcas, en el mundo económico, representan un valor monetario, por lo tanto, pueden existir individuos que verán la forma de perjudicar a los

creadores y beneficiarse al mismo tiempo; en otras palabras, pueden realizar actos desleales y de mala fe. Afortunadamente, en la legislación se encuentra contemplado el articulado para que se mantenga la dicha protección y los procesos que se deben seguir, sin embargo, en la legislación se encuentran términos ambiguos o no tan desarrollados que no dan una clara explicación de lo que la ley nos muestra como un acto de mala fe.

La ley de la materia hace un breve análisis de la Marca y su protección constante en la Ley de Propiedad Intelectual respecto a la Protección de la Marca, así como en la biografía nacional e internacional y, así mismo, hace un breve esbozo de lo que es la marca, a fin de poderla estudiar y verificar cuáles son las incongruencias existentes en lo referente a lo que es su protección.

Capítulo I

1.1 La marca en el derecho

Desde que fue reformada la ley, se pueden encontrar significativos cambios a la propiedad intelectual como un medio para explotarla y que se obtengan mayores beneficios por parte de los creadores de marcas y titulares de derechos.

En la ley ecuatoriana encontramos registrada la ley de propiedad intelectual, la misma que está integrada de dos puntos, una de la protección de los derechos de autor y la otra que detalla de la propiedad industrial; el tema de la marca se encuentra dentro de la Propiedad Industrial. La Constitución no prescribe nada sobre la protección, uso o abuso de las marcas. Según el (Art. 425 de la Constitución de la República del Ecuador, 2015), en orden jerárquico, se encuentran: primero la Constitución, segundo los Tratados y Convenios Internacionales, la Leyes Orgánicas, Leyes Ordinarias, etc., por lo que nuestro país se ha descuidado de crear una verdadera Ley de Protección al derecho de usar, registrar, amparar y proteger el uso correcto de una marca, así como de sancionar a quienes dolosa y de mala fe hagan uso de una marca ajena. Si bien es cierto el IEPI ha intentado proteger a la marca, aún es necesario que la Constitución suscriba un articulado donde no solamente se hable del derecho de autor, sino también de la marca; por todo ello hemos tenido que complementar y sustentar nuestra Ley de Propiedad Intelectual con Leyes, Tratados y Convenios Internacionales.

Entre lo más destacado se encuentra lo siguiente:

- Se añade un catálogo más completo de los tipos de marca susceptibles de registro en el país.
- Se contempla la distintividad en el uso de marcas
- La posibilidad de denegatoria de oficio de marcas solicitadas de mala fe o como acto de competencia desleal
- denegar la transferencia de marcas que no precautelen el riesgo de confusión en el consumidor.

- Se incluye un nuevo proceso voluntario, no contencioso, de reconocimiento de notoriedad de marca

Como vemos en los puntos mencionados, apreciamos una evolución o mejora en lo que es la protección en las marcas. En el actual código, la forma de resolver ciertos problemas sobre las marcas acarrea un grado de dificultad para su resolución. Destacaremos en esta investigación un importante problema en la solicitud de la mala fe, misma que se vuelve un factor determinante que opera junto con un mal obrar de ciertos grupos o personas que perjudican a muchas personas, la falta de contenido específico dentro del articulado que facilite al juez a llegar a obtener una mejor inferencia, decisión sobre el problema en cuestión y cómo catalogar un acto de mala fe o competencia desleal ¿qué factores o características deben existir para catalogarlo como una competencia desleal o un acto de mala fe? Tampoco menciona nada acerca de la documentación que puede servir de ayuda para demostrar a qué persona le compete la responsabilidad de la marca.

1.2 Definiciones

Para una mayor comprensión de nuestro tema, tenemos que definir las dos instituciones jurídicas que están implicadas:

- Marca
- La Mala Fe relacionada en el registro
- Competencia desleal

1.3 Marca

El derecho de propiedad intelectual es un sistema legal el mismo que se ha venido moldeándose a través de ceremonia histórica cuyos inicios se encuentra en el imperio romano. el ser humano con el espíritu de conocer la naturaleza desde los comienzos despertó su capacidad intelectual, que, a través de su conocimiento, ingenio o talento, fue capaz de producir creaciones, en el campo artístico, literario o científico, para que posteriormente estas acciones sean reguladas por el derecho de autor. La marca ha tenido relevantes cambios a nivel de la historia.

En derecho, la marca es un signo que permite distinguir un producto de otros productos. Así, por ejemplo, cuando queremos escoger entre dos colas, un par de zapatos nos guiamos por una marca. Según (Collantes, 2016), “La Marca es un bien inmaterial e incorpóreo, es decir no tiene existencia material y necesita incorporarse en un bien inmaterial para que su presencia sea tangible y pueda ser percibido por los sentidos del destinatario de la marca”

Tomando como punto de partida el contenido informativo de cada uno de los derechos de propiedad intelectual, podemos distinguir dos grandes grupos. El primer grupo está integrado por las creaciones industriales, que contienen información técnico-industrial que se protege mediante derechos de propiedad industrial por medio de patentes o modelos de utilidad; y por los signos distintivos, que permiten la difusión de información comercial mediante una marca o un nombre comercial. El segundo grupo está conformado por las creaciones intelectuales, que son bienes inmateriales que contienen información estético industrial, que gozan de protección al amparo del derecho de autor y los derechos afines.

De entre los varios principios que rigen a la propiedad intelectual, vale destacar el principio de intervencionismo estatal, por el cual: (Vaccaro, 2017) afirma que, “el Estado controla eficazmente el derecho que se reconoce y otorga a quienes por su actividad creadora contribuyen al desarrollo técnico y económico a través de la producción y el comercio de la sociedad.”

También hay que mencionar que dicho concepto identifica a la marca como un “signo” o “medio que distinga”. Este carácter que le da el mencionado concepto es importante, por lo que las empresas o personas al crear una marca buscan que se distingan en el ámbito del comercio, también que su rotación en el mercado les genere una ganancia económica y, además, que se pueda distinguir ante otras.

Una de las características más fundamentales de las marcas es que es un bien inmaterial. Al mencionar esta singularidad, hablamos que la marca

debe de ser percibida por los sentidos del ser humano (tacto, vista, gusto, olfato, oído), por lo que esta, tiene que pasar al plano tangible. Pero ello no significa que cambie su carácter de inmaterial al material por el hecho de ser impreso, pintado, entre otros.

1.3.1 La Mala Fe relacionada en el registro

La Mala Fe es uno de los términos más antiguos en el derecho, además de uno cuyo concepto ha cambiado dependiendo de la rama de derecho en la que se ubique. Si la mala fe la ubicamos en la rama del derecho Procesal Civil el concepto se lo define como: “Calificación jurídica de la conducta, legalmente sancionada, del que actúa en juicio convencido de su sinrazón, con ánimo de perjudicar a su adversario o a un tercero, u obstaculizar el ejercicio de su derecho” (Manrique, 2017)

He aquí un punto clave del concepto de mala fe. Para muchos autores la mala fe simplemente es lo contrario de la buena fe, en otras palabras, como nos menciona Couture en su concepto de la mala fe en la rama del derecho Procesal Civil, la persona busca de alguna forma perjudicar a otra mediante actos que en éste causen la no aplicación del derecho.

Entonces, basándonos en el concepto de Couture, la mala fe trasladada al acto de registro de la marca sería sin duda el que una persona mediante actos, ya sean desleales, infieles, alevos, de traición, entre otros, busque un daño para que la otra no pueda usar una marca.

Además, se considera que el término mala fe va más allá de la mera conducta desleal realizada para la obtención de un beneficio, y puede identificarse con el dolo, entendido este como acto consciente e intencional.

Se considera mala fe «el conocimiento de la titularidad de la marca ajena y el registro a sabiendas de ello», o que «la mala fe viene a ser el conocimiento informado de un determinado estado de cosas, singularmente consciente de que resulta incompatible, y vicia por ello, un concreto comportamiento del

sujeto que lo realiza» o bien al «conocimiento por el solicitante del hecho que el legislador ha tomado en consideración para tipificar el impedimento registral de que se trate». Para acreditar la mala fe, no basta que el solicitante sepa (o deba saber) que un tercero usa, desde hace tiempo, un signo idéntico o similar para un producto idéntico o similar, sino que debe tenerse en cuenta la intención del solicitante al registrar. Y esa intención del solicitante es un elemento subjetivo que ha de decidirse en función de circunstancias objetivas.

Un factor para apreciar la mala fe del solicitante es que el tercero que use el signo previamente, lo esté haciendo para un producto idéntico o similar, que pueda dar lugar a confusión con la marca solicitada y que ese uso sea continuado y desde hace tiempo.

Debe existir mala fe «objetiva», es decir, debe saberse que hay un tercero en el mercado, que usa el signo, con anterioridad al registro por el solicitante de la marca. Este uso ha de ser efectivo. Un uso efectivo de marca supone la introducción continuada y relativamente trascendente de los productos en el mercado o en su publicidad como preparación seria y evidente del proceso de fabricación o de venta del artículo de marca, excluyéndose utilizaciones meramente internas, económicamente irrelevantes y ocasionales.

1.3.2 Competencia desleal

Como se puede apreciar, la competencia consiste de manera en una lucha, refiriéndonos a nuestro tema, en una lucha dentro del mercado por conseguir abarcar la mayor cantidad de demanda de bienes y servicios. Para ello entran en juego todas las habilidades de los proveedores de estos bienes y servicios para atraer a la clientela, ofreciendo mayor cantidad, calidad y mejor precio posible en relación al resto de la competencia (Muñoz, 2017).

Cuando en esta dinámica de las relaciones comerciales se emplean mecanismos fraudulentos, contrarios a las buenas costumbres, el orden público y se cometen ilícitos de cualquier índole estamos frente a un acto anticompetitivo que debe ser reprimido por el ordenamiento jurídico.

En la lucha que realizan diariamente los comerciantes por atraer clientes a sus establecimientos, negocios o que hagan uso de sus servicios, se emprenden un sinnúmero de ideas y promociones: de igual manera, se da un despliegue increíble de imaginación y creatividad, que es correcto y hasta positivo para el mercado, el problema radica cuando se realizan actos que lesionan los intereses de los demás comerciantes y el de los consumidores; estos actos tienen el nombre de competencia desleal.

Debe de ser utilizada en el campo o en las actividades económicas de las personas para considerarse una competencia desleal. La propia ley no da una definición específica de lo que es una actividad económica, pero sí habla de su alcance, su campo de consideración o a lo que nosotros por ende deberíamos llamar o tratar como una actividad económica. De tal forma, la Ley de Propiedad Intelectual, en el ya mencionado artículo 284, pero en su segundo inciso menciona que:

“La expresión actividad económica, se entenderá en sentido amplio, que abarque incluso actividades de profesionales tales como abogados, médicos, ingenieros y otros campos en el ejercicio de cualquier profesión, arte u oficio” (Ley de Propiedad Intelectual, 1998).

1.4 Tipos de competencias

1.4.1 Competencia perfecta o pura.

Una de las características principales de la competencia perfecta es que ninguno de los oferentes tiene la capacidad o poder para variar significativamente los precios, pues los mismos son impuestos por la propia competencia, (Alarcón, 2017), manifiesta que: “un mercado perfectamente competitivo es aquel en el que ningún comprador o vendedor tiene el poder para afectar de manera significativa los precios a los que se intercambian los bienes.

Según (Velasco, 2018) afirma que,

...la competencia pura, tal como era entendida por el pensamiento liberal clásico, no es en la práctica más que una competencia imperfecta. La libre competencia está limitada por las propias diferencias de los mecanismos del mercado, la falta de homogeneidad de los bienes o ejercicios, la presencia de los llamados “poderes económicos” o “de mercado”, la intervención del Estado en la actividad económica, y por el mismo ordenamiento jurídico que en aras de otros intereses dignos de tutela, sacrifica parcialmente la puerta libertad competitiva. (pg. 89)

El derecho en contra de la competencia desleal tiene como objetivo proteger y cuidar la competencia con todos los beneficios que tiene la misma mediante la prohibición de las conductas desleales, es decir, aquellas que ultrajan y van en contra de los principios de buena fe, por lo cual generalmente se encuentran dentro del ordenamiento jurídico de un país y se aplican mediante las políticas económicas establecidas por el poder ejecutivo. Es decir que se convierten en elementos esenciales para promover la productividad y la competitividad general de la economía de un país.

1.4.2 Competencia imperfecta o practicable

Se considera como imperfecta toda competencia en la que existen restricciones concretas que dañan el libre mercado, por tener un mayor grado de control en la producción de precios.

Las principales características de la competencia imperfecta son:

- El número de oferentes es tan corto que uno solo puede influir para modificar los precios.
- No existe plena movilidad de mercancías y factores productivos, puesto que hay algún tipo de control
- No hay tipificación del producto, pero existen los productos diferenciados.
- No hay plena libertad para permitir la entrada de nuevos oferentes al mercado.
- No existe perfecto conocimiento de todos los movimientos ocurridos en el mercado

1.5 Clasificación de la competencia desleal

La Norma Comunitaria define a la competencia desleal de la siguiente manera: Se considera desleal todo acto vinculado a la propiedad industrial realizado en el ámbito empresarial que sea contrario a los usos o practicas honestas.

De acuerdo a la **LEY ORGÁNICA DE REGULACIÓN Y CONTROL DE PODER DE MERCADO** encontramos los siguientes actos:

Art. 27.- Prácticas Desleales. - Entre otras, se consideran prácticas desleales, las siguientes: (Constitución de la República del Ecuador, 2017)

1.- Actos de confusión. - Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, crear confusión con la actividad, las prestaciones, los productos o el establecimiento ajenos.

En particular, se reputa desleal el empleo o imitación de signos distintivos ajenos, así como el empleo de etiquetas, envases, recipientes u otros medios de identificación que en el mercado se asocien a un tercero.

2.- Actos de engaño.- Se considera desleal toda conducta que tenga por objeto o como efecto, real o potencial, inducir a error al público, inclusive por omisión, sobre la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad y cantidad, precio, condiciones de venta, procedencia geográfica y en general, las ventajas, los atributos, beneficios o condiciones que corresponden a los productos, servicios, establecimientos o transacciones que el operador económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o, inducir a error sobre los atributos que posee dicho operador, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Configura acto de engaño la difusión en la publicidad de afirmaciones sobre productos o servicios que no fuesen veraces y exactos. La carga de

acreditar la veracidad y exactitud de las afirmaciones en la publicidad corresponde a quien las haya comunicado en su calidad de anunciante.

Actos de Imitación. - Particularmente, se considerarán prácticas desleales:

- a) La imitación que infrinja o lesione un derecho de propiedad intelectual reconocido por la ley.
- b) La imitación de prestaciones o iniciativas empresariales de un tercero cuando resulte idónea para generar confusión por parte de los consumidores respecto a la procedencia empresarial de la prestación o comporte un aprovechamiento indebido de la reputación o el esfuerzo ajeno. Las iniciativas empresariales imitadas podrán consistir, entre otras, en el esquema general, el texto, el eslogan, la presentación visual, la música o efectos sonoros de un anuncio de un tercero.
- c) La imitación sistemática de las prestaciones o iniciativas empresariales de un tercero cuando dicha estrategia se halle directamente encaminada a impedir u obstaculizar su afirmación en el mercado y exceda de lo que, según sus características, pueda reputarse como una respuesta natural (Constitución de la República del Ecuador, 2017).

Actos de denigración. - Se considera desleal la realización, utilización o difusión de aseveraciones, indicaciones o manifestaciones sobre la actividad, el producto, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de un tercero o de sus gestores, que puedan menoscabar su crédito en el mercado, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.

Constituyen actos de denigración, entre otros:

- a) Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones incorrectas o falsas u omitir las verdaderas, con el objeto o que tengan por efecto, real o potencial, menoscabar el crédito en el mercado del afectado.

- b) Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones que refieran a la nacionalidad, las creencias o ideología, la intimidad, la vida privada o cualesquiera otras circunstancias estrictamente personales del afectado.
- c) Realizar, utilizar o difundir aseveraciones, indicaciones o manifestaciones que, debido al tono de desprecio o ridículo, sean susceptibles de menoscabar el crédito del afectado en el mercado.
Admitir prueba en contrario.

1.6 Derecho de la libre competencia

El derecho de la libre competencia debe ser ejercido de acuerdo a la normativa y las instituciones jurídicas creadas para tal efecto, sus reglas, teniendo como principios fundamentales la ética y moral, el orden público y sobre todo el bien de común de la sociedad al igual que en la libertad de decisión de los consumidores y de los productores.

Esto conlleva a que exista un esfuerzo por parte de los productores por mejorar sus servicios y productos, en todo aspecto, con el fin de tener un desempeño mejor que sus competidores lo que conlleva a tener mejores beneficios económicos, mientras que para los consumidores el derecho de libre competencia significa tener una variedad de elección, poder escoger entre varias opciones de todo tipo, dejando a su criterio el producto o servicio consumido.

El Artículo 340 de la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR habla del Régimen del buen vivir, indicando que existe un sistema nacional de inclusión y equidad social el mismo que es un conjunto de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que deben asegurar el ejercicio, la garantía así como la exigibilidad de todos los derechos reconocidos en la Carta Magna, cumpliendo así los objetivos del régimen de desarrollo para alcanzar el buen vivir, y protegiendo de esta manera la propiedad intelectual (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

1.7 Requisitos de la marca

Los requisitos de la marca, por lo tanto, son fundamentales, ya que, sin haber cumplido todos los pasos, no se puede dar paso al registro marcario (Barzallo, 2015). El artículo 81 de la Decisión 344 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, establece “los requisitos que los signos deben satisfacer para ser registrados como marcas y estos son:

Perceptibilidad, distintivita y, susceptibilidad de representación gráfica.

El trámite para registrar una marca para una persona natural o jurídica, nacional o extranjera. Se deben cumplir con requisitos, obligatorios a la hora de registrar la marca:

- Contar con la solicitud de Registro de Signos Específicos.
- Tener el recibo de pago de las tasas.
- La etiqueta debe estar en digital, en formato JPG en tamaño 5x5 cm.
- Presentar el certificado financiero, y así optar a descuento.
- Acta donde se indique el representante legal, que hará la introducción del trámite.
- Documento de Prioridad.

CAPÍTULO II

2.1 Registro de la marca

La normativa tiene un aporte muy importante en relación con el registro de la marca puesto que incluye un sinfín de elementos que pueden llegar a ser registrados como los: sonidos, olores, sabores etc.

En un apartado también están claramente establecidas la duración del registro, renovación y cancelación de marca, manteniendo los mismos plazos que se encontraban en antiguos cuerpos normativos. El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), en su página web, nos da las facilidades necesarias para realizar la solicitud de marca en línea, reduciendo la carga de trámites presenciales y automatizando de manera eficiente el proceso de registro (Rodríguez, 2017).

De tal forma el nuevo Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, de alguna forma plasma en un listado de qué cosas se pueden registrar como marcas, en su artículo 359:

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

La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro.

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

1. Las palabras o combinación de palabras;
2. Las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos;
3. Los sonidos, olores y sabores;
4. Las letras y los números;
5. Un color delimitado por una forma o una combinación de colores;

6. La forma de los productos, sus envases o envolturas;
7. Los relieves y texturas perceptibles por el sentido del tacto;
8. Las animaciones, gestos y secuencias de movimientos;
9. Los hologramas; y,
10. Cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores (Gonzalez, 2017).

Las marcas que identifiquen a instituciones del sector público, deberán reflejar la identidad cognitiva y cultural del país o localidad según corresponda, de conformidad con lo establecido en el reglamento correspondiente. La decisión de cambio de estas marcas deberá hacerse mediante decisión motivada de la máxima autoridad, en el caso de los gobiernos autónomos descentralizados, será necesario contar con la aprobación del Consejo respectivo. La identidad cognitiva y cultural del país o localidad deberá considerar entre otras cosas los colores de las banderas, escudos, emblemas nacionales o locales según corresponda” (Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, 2016)

Como podemos ver, nuestro código, presenta una lista extensa de lo que el comerciante en este caso como titular del acto, puede registrar como marca suya y así poder hacer actos de comercio con ella, para beneficio de sí mismo, puesto que ése es el mayor objetivo de una marca: mediante su conocimiento hacer ganar un ingreso económico al comerciante.

Lo que sí destacamos, es la lista de todo lo que se puede registrar como marca, ya que, lo que imagine el ser humano puede registrarlo para hacer esa idea suya y así ganar algún ingreso económico mediante su reconocimiento, ya sea nacional o internacional (Bernardez, 2018).

2.2 Funciones de la Marca

Como es conocida la principal función de la marca es la informar al público, el proceder u origen de los productos y/o servicios que se proteger por tal querella y como se ha dicho ya varias veces el costurón débito ser

absolutamente distintiva contra otras en el mercado, garita que, si no lo es, entonces resulta torpe su superior función, ya que induciría al concurso consumidor a una desidia en el consentimiento, quien creería que está adquiriendo un producto y/o servicio, cuando verdaderamente son otros distintos (Lanza & Casielles, 2018).

según (Ibañe, 2018) afirma que:

“... la marca es precisamente el mecanismo que hace posible la identificación y subsiguiente selección de los productos. Y se llega a la conclusión de que la marca es el único medio que, por permitir elegir los productos a través de su identificación, hace posible que la oferta de productos de una misma clase sea transparente para el consumidor.”

En tal virtud, se denota que la marca cumple un papel informativo dentro del mercado, pues sin esta los consumidores no podrían identificar los productos y servicios de otros, ni tendrían a su alcance elementos distintivos que les permita escoger libremente el producto o servicio de su preferencia. Es así como la marca está destinada a cumplir dicho papel tan importante dentro de la esfera económica, en este caso, sería dentro del Ecuador y en general de todos los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones.

2.3 La naturaleza jurídica de la marca.

La doctrina alemana se destacó en la asignación de una naturaleza jurídica determinada al derecho subjetivo de marca en el último tercio del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Los alemanes crearon dos categorías jurídicas: los derechos de la personalidad y los derechos sobre los bienes inmateriales. Mientras que al derecho de patente se lo calificó unánimemente como un derecho sobre un bien inmaterial, el derecho de marca originó un amplio debate entre dos tesis: la primera que configuraba al derecho de marca como un derecho de la personalidad y la segunda que la ubicaba dentro de la categoría de los derechos sobre los bienes inmateriales. Esta disquisición repercute en cuestiones tan trascendentales como la admisibilidad de sucesión de la marca, su sistema de cesión y la dependencia o independencia

existente entre el derecho de marca reconocido en el país de origen y los derechos de marca protegidos en terceros países (Moral, 2018).

2.4 El surgimiento del derecho sobre la marca

Los derechos sobre bienes inmateriales no pueden someterse con carácter general al régimen establecido por el Código Civil para regular la propiedad de los bienes muebles o inmuebles pues necesitan normas especiales. Sin embargo, la propiedad industrial forma parte del derecho privado pues, al igual que la propiedad ordinaria, regula determinados bienes y da lugar al nacimiento de derechos de exclusión absolutos (Tijoux, 2016).

El derecho sobre los bienes inmateriales se caracteriza por ser particular, ya que si bien debe materializarse en una representación física (*corpus mechanicum*), recae sobre ideas y creaciones intelectuales cuyos límites son difíciles de establecer. El derecho sobre los bienes inmateriales es temporal, aunque en el caso de las marcas cabe un número ilimitado de renovaciones.

2.5 La comparación entre marcas mixtas

Las marcas mixtas están compuestas por una denominación y un elemento figurativo o gráfico y son relativamente frecuentes en el tráfico económico por una actual tendencia a utilizar elementos gráficos o figurativos como signos distintivos frente a la debilidad inherente al elemento denominativo que se inserta en la correspondiente marca. Son muy variados criterios desarrollados por la jurisprudencia y la doctrina frente a cuál de todos los elementos contenidos en una marca mixta es el predominante.

Si consideramos al elemento figurativo como un elemento meramente decorativo, nos inclinaremos en favor de que el elemento denominativo es el predominante, pero si logramos acreditar que el elemento gráfico de la marca ha alcanzado notoriedad en el sentido de que este elemento es el que capta la atención del público, nos inclinaremos en favor de que el elemento gráfico es el predominante. Pero la regla general dice que la dimensión característica es el elemento denominativo (Trujillo, 2017).

2.6 Responsabilidad civil por lesión al derecho al uso exclusivo de la marca.

Las marcas, en sí mismas, son bienes integrantes del patrimonio de sus titulares, de ahí que, de la misma manera como una persona puede sufrir un detrimento en su patrimonio por el cometimiento de un acto ilícito por parte de un tercero, los titulares de derechos de propiedad intelectual pueden ver lesionado su legítimo derecho a usar y disfrutar de sus bienes incorpóreos como consecuencia de un acto ilícito.

Si bien la legislación ecuatoriana no dice nada al respecto, la doctrina parece estar dividida en cuanto a la necesidad de contar con una resolución administrativa en firme acerca de la existencia de una infracción sobre derechos marcarios, previo a la presentación de la demanda de daños y perjuicios ocasionados por una conducta antijurídica que atenta contra el derecho del titular de la marca mixta registrada (Lopez, 2017).

2.7 Solicitud para proceder contra la mala fe

Como en toda ley, existen vacíos legales, los cuales se solucionan con jurisprudencia, doctrina o costumbre. En este caso, nos vamos a concentrar específicamente en el artículo 362 del código actual denominado Código Orgánico de La Economía Social de los Conocimientos Creatividad e Innovación que indica:

Art. 362.- Solicitud de mala fe. - Cuando la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado de mala fe o para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro.

Como vemos en este artículo se destacan las palabras “indicios razonables” por lo que nacen las preguntas: ¿Qué lo diferencia del indicio

común y corriente? ¿Por qué llevarlo a la categoría razonable? Y ¿Qué debería considerar el juez para catalogarlo como un indicio razonable?

La protección jurídica de las marcas, otorga una serie de derechos y facultades a sus titulares, mismos que pueden ser personas naturales o personas jurídicas. “Estos derechos se dividen en derechos positivos, y derechos negativos; si bien algunas legislaciones pueden variar en cuestiones específicas, los lineamientos generales son los mismos.” (Martínez, 2018)

Según el procedimiento de nuestro código, debemos de realizar una solicitud para proceder la disputa legal de la marca supuestamente obtenida de mala fe lo cual el artículo 362 redacta de la siguiente forma:

“Cuando la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado de mala fe o para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro.” (Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, 2016)

De igual forma, la persona que, ya sea para usurpar o “robar” la marca de otra, tuvo que anteriormente realizar el respectivo acto de procedimiento del registro de la marca ya que el código lo redacta de la siguiente forma en su artículo 363.

Mala fe en la obtención de registros marcarios. Aplicación del artículo 137 de la Decisión 486.

En vista de que en el proceso interno se debate el hecho de si el registro fue solicitado con presunta mala fe, este Tribunal considera oportuno referirse al tema, sobre la base de lo ya manifestado en la jurisprudencia dentro de los Procesos 126-IP-2009 y 129-IP-2009.

La buena fe es un principio general de derecho y sustento de todo ordenamiento jurídico. Este Órgano Comunitario ha manifestado, sobre la buena fe, que:

El concepto de buena fe, junto con otros principios universales del derecho como el de la equidad, el abuso del derecho o el del enriquecimiento sin causa, constituye uno de los pilares fundamentales del orden jurídico que, como tal debe regir no sólo las relaciones contractuales sino también cualquier actuación en la vida de relación de los sujetos de derecho. Se trata de un postulado que, en cuanto principio, es exigible a toda persona y no contempla excepciones en su aplicación. La buena fe es concebida como la convicción o conciencia de no perjudicar a otro o de no defraudar la ley. Lo contrario de la actuación de buena fe es el obrar con mala fe, vale decir, por medio de procedimientos arteros, faltos de sinceridad o dolosamente concebidos y, sobre todo, con la intención de actuar en provecho propio y en perjuicio del interés ajeno.

METODOLOGÍA

Para proceder la investigación, será precisado rendir ciertos métodos, es arriar lo que facilite conmovier a la verdad del problema, su funcionamiento y desarrollo, y las transformaciones que ha sufrido en el lapso y el espacio, hasta conmovier al hito contemporáneo, y esto lo haremos en cojín a métodos verificado que permitirá una mejor conjugación de la batalla con la verdad, por lo tanto, rendir para ello los siguientes:

Método Científico. - la lógica irrefutable es una consideración orientada a desembrollar fenómenos, decretar compromiso entre la historia y referir jurisprudencia que expliquen los fenómenos físicos del balón y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones enseres al hombre.

En naciente cariz la lógica irrefutable que se plantea en esta encuesta pasara por diferentes niveles, de los cuales determinaremos la grafología de las diferentes normas legales que regulan el uso, aplicación, índice e influencia a una marca.

Método Histórico. - La deducción histórica o la metodología del chisme es en deducción irrefutable especial del chisme; comprende varias metodologías, técnicas y las directrices por el cual los historiadores usan fuentes primarias y otras históricas en su pesquisa.

Método Analítico. - Es la deducción de pesquisa que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndole en sus genitales pudendas o fundamentos para notar las causas, los productos y los efectos. Permite entender más de la sensación de estudio, con lo cual se puede: explicar, barbechar analogías, vislumbrar mejor su aspecto y sentenciar nuevas teorías.

Diseño de la investigación.

Para la investigación se plantea una proyección cualitativa, al encontrar la relación del nivel de información que se averiguado para el desarrollo de trabajo, de esta manera se refleja la falta de Protección por parte de la Constitución y una Ley de Marcas, por ello es notario la necesidad de recurrir a Tratados y Convenios Internacionales para subsanar las interrogantes que puedan existir para su protección.

PROPUESTA

Con el cambio de altitud universal de las empresas, los tipos se han gastado en la urgencia de entrar un gimnasio plata sobre las posturas inescrupulosas del uso indebido de las marcas, lo cual es una de las más primordiales circunstancias por las que se llevó a la averiguación de esta investigación, ha sido neutral presidente para normalizar el asidero de la codera de modo estandarizada, para de esta modo la escuela vencer la falsificación y el mal intencionado uso de terceros, que se encuentren lucrando o adueñándose de un producto ajeno.

Desde otro punto se debe señalar la evolución, del emprendimiento de las principales ciudades del país, ha traído consecuencias que se incrementa la productividad de los productos necesarios para el consumo de los usuarios. Debido a ello varios productos han ganado unos reconocimientos por los variados productos que brinda al público. Por lo cual existen varios habitantes que han pretendido sacarle un beneficio de ello y obtener ganancias con productos similares y muchas de las veces si el producto no ha sido registrado debidamente, esto ha dado lugar para los oportunistas y mal intencionado comerciante dando varios problemas de carácter administrativo y/o judicial, siendo el gran problema el engorroso y largo trámite en dichas vías, por lo tanto creemos que es necesario brindar o dar al dueño de un producto la facilidad para que ponga una marca a su producto y la registre de una forma más rápida, ya que el registro es el mecanismo por el cual una marca o signo queda legalmente protegido.

La suscripción de una marca no solo permite garantizar la protección y el uso de una marca, con esto se protege al producto que es de consumo en la sociedad y de esta manera se le aplique requisitos legales. Es por ello que la propuesta plantea es para determinar que es primordial que exista una para lo cual es indispensable de que se separe al derecho marcario de la ley de propiedad intelectual, conformando un cuerpo legal independiente.

2.1 Objetivo General

analizar las normas para desarrollar la aplicación obligatoriedad del registro de la marca a fin de preservar, mediante una Ley independiente de la Ley de Propiedad Intelectual, para obtener una norma y procedimientos de registro y protección a los signos distintivos.

2.1.1 Objetivos Específicos

- Alcanzar que el nombre de una específica marca tenga plena noción sobre sus derechos y protejan su marca por medio del registro obligatorio.
- Concientizar al consumidor sobre el mal uso de una marca y los perjuicios que esto acarrea.
- Plantear que el legislador moderar o reformar la constitución, proteja a la marca de un producto.

2.2 Plan Operativo de la propuesta

Mediante un análisis de la situación que está sufriendo los dueños de las diferentes marcas, de una manera constitucional y una normativa; la razón de esta división se basa en que es necesario que la Constitución ampare y proteja a la propiedad de una marca, y que la parte normativa deba estar separada del cuerpo legal en el cual se encuentra en la actualidad.

Por consiguiente, la propuesta a la reforma de la Constitución es la siguiente:

Constitución del Ecuador

Sección segunda Tipos de propiedad

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

Como podemos observar la Constitución no hace referencia en ningún artículo sobre la Propiedad Industrial y peor aún sobre las marcas y su protección, debe haber una reforma para que el enunciado constitucional quede del siguiente modo:

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

Se reconoce la propiedad Industrial de acuerdo con las condiciones que señale la ley, se prohíbe toda forma de apropiación, del uso indebido de Marcas y demás.

La marca es un instrumento eficaz y necesario para la política de una empresa y es un importante mecanismo para la protección de los consumidores. Las condiciones en las cuales se desarrolla el comercio, la internacionalización del mercado, las nuevas formas de contratación, así como la tutela pública de los consumidores, justifican una nueva regulación jurídica que la Ley de Propiedad Industrial actual no pudo contemplar. Para que la marca cumpla con su verdadera función, es menester modificar, crear o unificar determinadas instituciones que tratan sobre los derechos de esta, para lo cual es necesario que se separe de la Ley de Propiedad Intelectual, así como del II Libro de la Propiedad Industrial lo concerniente al capítulo VIII sobre las Marcas.

Donde se conceptualice a la marca, se den las pautas para el uso obligatorio de una marca registrada para, de esta forma, erradicar del Registro de Marcas todas aquellas que no están siendo usadas; que se establezcan los principios jurídicos en que se base la protección del consumidor y del propietario de una marca. Es decir, que los requisitos para el registro, del procedimiento de registro, de los derechos conferidos por la marca, de la

cancelación y nulidad del Registro, se encuentren en un solo cuerpo legal que trate lo concerniente a ella.

Cabe resaltar de que esta nueva Ley, por la seguridad jurídica, debe disponer que el derecho sobre una marca se lo adquiere por el registro, pero, quien tiene un signo notoriamente conocido en otro país tiene a potestad de anular la marca que se encuentre registrada posteriormente y que esta cree confusión con la marca notoria.

Es preciso ingresar varias modificaciones en el sistema esto lo convertirá eficiente, la carga de la prueba del no uso de la Marca no debe recaer sobre el demandante, sino que se debe introducir el mecanismo de la inversión de la carga de la prueba ya que debe ser el titular de la marca quien dentro del proceso tenga que demostrar que la está usando de manera efectiva para evitar su caducidad y así poder renovarla. Otro de los puntos a tratar debe ser el de las prohibiciones de registro de la Marca, estas deben ser prohibiciones absolutas donde la acción es imprescriptible, o, relativas donde la acción se ejercita dentro de un tiempo determinado por ejemplo cinco o cuatro años para así demandar la nulidad, además se debe introducir dentro de la Ley la Marca de Garantía, la Marca de Certificación y la Cesión de la Marca. Esta Ley debe respetar los Acuerdos Internacionales y basarse jurídicamente de los Principios del Tratado del Pacto Andino y la OMPI, entre otros.

Para la Competencia desleal, el abuso de terceros, la piratería, imitación, etc., es necesario que la recopilación de esta Ley o nueva Ley de Marcas contenga además del procedimiento Administrativo y Judicial las sanciones que deben ser impuestas a quienes hagan uso abusivo y fraudulento de una Marca.

Creemos que es necesaria la creación de un Tribunal especializado en la materia para que este sea el encargado de ejecutar esta ley de Marcas, y, sancionar a quienes la infringen.

CONCLUSIONES

Las autoridades capacitadas del Ecuador no mantienen un compromiso de elucubrar la coexistencia marcaria de hecho, como justificativo a su ineficiencia para licenciar que exista un registro pulido o textual a una marca anticipadamente registrada, que convivan en el interior del mercado, pues el compromiso de velar por el camino recto anticipadamente adquirido por el titular prioritario de bienaventuranza codera y por la posibilidad y bienaventuranza de la audiencia en general.

Mediante el dialogo se puede llegar a un acuerdo entre las dos partes para que dos marcas idénticas o muy similares, se mantengan vigentes en el mercado, pero deben cuidar el tipo de acuerdo que se llegara. Porque en ocasiones solo se piensa en el beneficio propio y no se considera el bienestar de los usuarios quienes son realmente los compradores.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, S. V. (2017). LA PROTECCIÓN DE LA MARCA EN EL DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL. Ibarra: UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES.
- Art. 425 de la Constitución de la República del Ecuador. (2015). CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (pág. 207). Quito: Decreto Legislativo.
- Barzallo, J. L. (2015). *La Propiedad Intelectual en el Internet*. Quito, Ecuador: IMPRESORES MYL.
- Bernardez. (2018). Capital intelectual: creación de valor en la sociedad del conocimiento. . AuthorHouse.
- Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, Registro Oficial No 899 (Asamblea Nacional República del Ecuador 9 de Diciembre de 2016).
- Collantes, L. B. (14 de enero de 2016). *EL USO Y EL REGISTRO FRENTE A LA PROTECCIÓN DE LOS NOMBRES COMERCIALES EN EL ECUADOR*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10122/Tesis%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Constitución de la República del Ecuador. (julio de 2008). *Artículo 340 Régimen del buen vivir, indicando que existe un sistema nacional de inclusión y equidad social*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador. (14 de junio de 2017). *REGLAMENTO A LEY ORGANICA DE REGULACION Y CONTROL DEL PODER MERCADO*. Obtenido de https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_REGLAMENTO_A_LEY_ORGANICA_DE_REGULACION_julio_2017.pdf

- Constitución del Ecuador. (2008). art. 322 reconocer la propiedad intelectual. *Sección segunda Tipos de propiedad* (pág. 136). Quito: Asamblea del Ecuador.
- Couture, E. J. (2018). *Vocabulario Jurídico* (4ta edición ed.). Avellaneda, Buenos Aires, Argentina: Editorial Bdef.
- Fernández de Cordova, M. (1994). *La Notoriedad Marcaria en el Derecho Europeo*. Muinich, Alemania: MAX PLANCK INSDTITUT.
- Gonzalez, N. (18 de diciembre de 2017). *La importancia de la marca en el marketing*. Obtenido de <https://magentaig.com/importancia-marca-marketing/>
- Ibañe, O. (diciembre de 2018). *EL MODELO DE COMPETENCIA ECONÓMICA PRACTICABLE EN EL TLC*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1002/100220350001.pdf>
- Lanza, & Casielles, V. (2018). El valor de marca: perspectivas de análisis y criterios de estimación. *Constitucional* .
- Ley de Propiedad Intelectual, Registro Oficial No 320 (Corte Suprema de Justicia Primera Sala de lo Civil y Mercantil 19 de Mayo de 1998).
- Lopez, M. (25 de nov de 2017). *Reparación integral en el sistema jurídico ecuatoriano; ¿derecho público o privado?* Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n09/a18v39n09p14.pdf>
- Manrique, J. I. (11 de julio de 2017). *TEORÍA DEL ABUSO DEL DERECHO (mala fe)*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/-teoria-del-abuso-del-derecho>
- Martínez, T. (2018). Validez y efectividad del registro de marcas similares en el código orgánico de la economía social de los conocimientos, la creatividad e innovación: análisis con base en la norma supranacional vigente y en la aplicación del principio de especialidad . ECUADOR: registro oficial.

- Moral, Z. (2018). La marca como pena en el derecho histórico español: consideraciones sobre su naturaleza jurídica. . España: Revista de estudios histórico-jurídicos, (40), 645-673.
- Muñoz. (agosto de 2017). *la competencia desleal*. Obtenido de <https://www.eliasymunozabogados.com/blog/competencia-desleal>
- Nóvoa, C. F. (2004). *Tratado sobre Derecho de Marcas* (2da Edición ed., Vol.). Madrid: Marcial Pons. doi:84-9768-128-2
- Páez, L. (2017). Responsabilidad civil por vulneración del derecho a la imagen: análisis comparado y propuestas para el derecho chileno. . Chile: Revista chilena de derecho privado, (26), 119-185.
- Rodríguez. (2017). Breve esbozo teórico doctrinal acerca de las marcas y otros signos distintivos. Algunos aspectos del procedimiento contable para el registro de la propiedad intelectual en el sector empresarial. . Revista de Sociales y Jurídicas,.
- Ruiz de Velasco y del Valle, A. (2007). *Manual de Derecho Mercantil*. Madrid, España: Universidad Pontificia Comillas.
- Tijoux. (2016). Racismo en Chile: la piel como marca de la inmigración. . Chile.: Editorial Universitaria de Chile.
- Trujillo, S. (2017). El uso de medidas cautelares para la protección de marcas mixtas en el mercado ecuatoriano . Quito: (Bachelor's thesis, Quito.
- Vaccaro, S. (2017). Distintividad y uso de las marcas comerciales. . *Revista chilena de derecho*, 39.
- Velasco, X. G. (2018). La competencia administrativa para la resolución de controversias torno a actos de competencia desleal o por infracción de derechos. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.




DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Avegno Pasto, Cristhian Leonel**, con C.C: # **1206418996** y **Montalván Vizueta, Kevin Jostin** con C.C: # **0951822899** autor/a del trabajo de titulación: **Protección Jurídica en el Registro de las Marcas** previo a la obtención del título de **Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador** 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, **26 de febrero de 2021**

f. 

Avegno Pasto, Cristhian Leonel

C.C: **1206418996**

f. 

Montalván Vizueta, Kevin Jostin

C.C: **0951822899**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Protección Jurídica en el Registro de las Marcas		
AUTOR(ES)	Avegno Pasto, Cristhian Leonel y Montalván Vizueta, Kevin Jostin		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Aguirre Valdez, Javier Eduardo		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad De Jurisprudencia Y Ciencias Sociales Y Políticas		
CARRERA:	Carrera De Derecho		
TITULO OBTENIDO:	Abogado de los Tribunales y Juzgados de la República del Ecuador		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	26 febrero 2021	No. DE PÁGINAS:	31
ÁREAS TEMÁTICAS:	Derecho marcario, Derecho constitucional, Derecho civil		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Palabras claves: Propiedad intelectual, seguridad jurídica, competencia desleal, mala fe, medios probatorios.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Mediante el presente estudio se plantea la necesidad de incorporar la transformación de carácter significativo, con el fin de mejorar la protección a la marca en nuestra legislación. Actualmente existe un marco legal que protege a la marca el mismo que está dentro de ley de propiedad intelectual; si bien es conocido la marca se diferencia dependiendo de un bien o del tipo de servicio que se brinde, a través de un signo que se único con el fin de diferenciarse de los demás, consecuencia al crecimiento del país, y el desarrollo que se han venido vulnerando sus derechos de esta manera se observa que la marca sufre grande escala de competencia desleal. Los derechos marcarios, en conjunto con los derechos de propiedad intelectual, son de gran importancia debido a la función garantista y protectora que desempeñan, puesto que son los encargados de ofrecernos seguridad jurídica para que se respeten y no se vulneren creaciones intelectuales tanto de personas que ya poseen la autoría de sus obras, así como de quienes buscan protegerse de intentos de suplantación o de la competencia desleal perpetrados por terceros. Enfocado en la falta de sanciones dentro de la normativa relacionada al derecho marcario, de forma más específica en procesos correspondiente a las marcas que han sido registradas o solicitadas con una existente mala fe comprobable, además de la creación de un apartado sancionatorio dentro de la misma normativa y una crítica comparativa entre la vía civil.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0996800477; 0980015209	E-mail: crisavq4@gmail.com ; kevmont93.kjmv@gmail.com ;	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Reynoso de Wright, Maritza Ginette		
	Teléfono: 0994602774		
	E-mail: maritzareynososdewright@gmail.com		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			