

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA
Sistema de Estudios de Posgrado
Maestría de Propiedad Intelectual

**“ UNA CAPACITACIÓN EN EL AREA DE
LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA
ADUANA CENTRAL EN SAN JOSÉ,
MINISTERIO DE HACIENDA ”**

Plan de Trabajo Final de Graduación sometido a la consideración del
Tribunal Examinador del Programa de Maestría en Propiedad Intelectual,
para optar al grado de Magister por:

Melissa Mora Martin

María Gabriela Bodden Cordero

Aarón Montero Sequeira

Con la Asesoría del Director de Tesis:

Prof. Mag. Carlos Corrales Azuola

San José, Costa Rica

2011

RESEÑA

La presente investigación refiere una capacitación en Propiedad Intelectual efectuada en los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, en la que se pretendió medir el impacto en los conocimientos adquiridos en materia de Propiedad Intelectual, por medio del análisis del cambio en el conocimiento antes y después de la capacitación.

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	2
RESUMEN	5
CAPITULO I INTRODUCCIÓN.....	7
Presentación	7
Justificación.....	9
Antecedentes	10
Problema.....	11
Objetivos de la investigación	12
Hipótesis.....	12
Variables.....	13
Delimitación del tema	14
Limitaciones	16
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	18
La Propiedad Intelectual.....	18
Las patentes	20
La marca.....	25
El derecho de autor.....	62
El proceso de registros sanitarios en Costa Rica.....	82
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	102
Tipo de Investigación:.....	102
Diseño de la investigación:	102

Población enfoque y sujetos del estudio:	103
Descripción de los instrumentos / cuestionarios a realizar:	104
Procedimiento de la investigación:	105
Diseño de la capacitación	106
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	108
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	114
Conclusiones	114
Recomendaciones.....	116
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	123
ANEXOS	128
Marco Legal de Registros Sanitarios	128

RESUMEN

Propósito: Determinar el efecto de una capacitación en Propiedad Intelectual en los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, por medio del análisis del cambio en el conocimiento antes y después de la capacitación.

Diseño: Presenta un enfoque cuantitativo, con un diseño de único grupo; el cual fue medido y evaluado en tres ocasiones, dos previas a la capacitación y una posterior a la misma. El diseño fue de un único grupo.

Escenario: La capacitación así como la evaluación de los efectos de la capacitación se llevó a cabo con funcionarios de la Aduana Central de San José, Ministerio de Hacienda, como parte del trabajo final de graduación de la Maestría de Propiedad Intelectual, del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Estatal a Distancia.

Sujetos: Los participantes del estudio son funcionarios de la Aduana Central (San José), Ministerio de Hacienda: aforadores, puestos gerenciales o empleados con funciones directivas dentro de la Aduana, quienes los que tienen un primer contacto con el ingreso de mercancías previo a su destinación a algún régimen aduanero y quienes voluntariamente se presentaron al programa de capacitación.

Intervención: Se aplicó un programa de capacitación que comprendió dos módulos de enseñanza que se impartió el día 15 de Junio, 2011 (*de 8:00am a 11:00am el primer módulo y de 1:00pm a 4:00pm*) en la Aduana Central (San José) Ministerio de Hacienda.

Mediciones: Se aplicó un cuestionario de tipo escala *Likert*, que evalúa el conocimiento en el área de propiedad intelectual en dos ocasiones previo a la capacitación para evaluar la condición control y luego de la capacitación para evaluar la condición experimental. El

cuestionario fue validado por tres autoridades en el área de propiedad intelectual, y se obtuvo su confiabilidad con la técnica test –retest, por medio de un plan piloto.

Resultados: Luego del análisis estadístico, utilizando la técnica de ANOVA de 1 vía para medidas repetidas, se encontró una diferencia significativa entre las tres mediciones realizadas. Hubo una disminución en el promedio de las notas entre la primera evaluación y la segunda; y un aumento del promedio entre las dos primeras evaluaciones y la evaluación posterior a la intervención efectuada.

Conclusión: La capacitación surgió el efecto esperado, los participantes aprendieron sobre el tema de Propiedad Intelectual. Los resultados de este estudio aportaron conocimiento al campo de la investigación jurídica sobre la importancia y el impacto que genera este tipo de capacitaciones y se espera que motive a futuras investigaciones en esta línea y a realizar distintas capacitaciones en los funcionarios del Ministerio de Hacienda.

Palabras clave: propiedad intelectual, marcas, patentes, derechos de autor, registros sanitarios, empresas, publicidad, medidas en frontera, etiquetas.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Este estudio es el trabajo final de graduación, efectuado bajo la modalidad de investigación aplicada denominada SEMINARIO DE GRADUACIÓN.

El enfoque metodológico en la que se basó esta investigación es de corte cuantitativo, en la que se utilizó la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías en relación al conocimiento de funcionarios de la Aduana Central en materia de propiedad intelectual.

Presentación

La propiedad intelectual es un elemento constante de la realidad que nos rodea. Todo producto o servicio que utilizados en la vida cotidiana es el resultado de una larga cadena de innovaciones, grandes o pequeñas, como son las mejoras que hacen que un producto tenga la apariencia que tiene hoy o funcione de la manera en que lo hace. Tome un simple producto, por ejemplo, una caja *Tetrabrik* para comercializar leche. La famosa patente otorgada por la invención de la caja *Tetrabrik* supuso un gran avance en un producto de uso cotidiano. Sin embargo, al igual que en su caso, muchos otros han mejorado el producto y su diseño, y han protegido legalmente sus mejoras mediante la adquisición de derechos de propiedad intelectual. Las marcas que figuran en las diversas cajas de *Tetrabrik* en el mercado actualmente, también constituyen propiedad intelectual y contribuyen a que el fabricante comercialice el producto y establezca una clientela fiel. Éste es el caso de casi todos los productos o servicios que se hallan en el mercado.

Todos los seres humanos viven en un mundo de marcas, de patentes, de inventos, de desarrollo tecnológico constante que en muchas ocasiones nos rebasa a nosotros mismos, pero se debe estar conscientes que todo esto, que se llama propiedad industrial, es

obviamente el trámite de diario que va a estar protegiendo la propiedad industrial de nuestras empresas.

La propiedad industrial es el conjunto de marcas, productos y procesos que son la columna vertebral y la base de todas las empresas. Es además, el derecho real por excelencia, lo que nos llena de orgullo al decir que algo es nuestro, que se tiene la propiedad sobre algo, es el derecho de uso, goce, disfrute y abuso de algo.

La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión (Otamendi, 2003).

La propiedad industrial es la que va a prever la protección de la propiedad industrial mediante el otorgamiento de los registros que prevé la ley. Los procedimientos que prevé nuestra legislación, en materia de propiedad industrial, son los siguientes: otorgamiento a las invenciones, a los modelos de utilidad, a los diseños industriales, los secretos industriales, las marcas de servicios, los productos, las marcas colectivas, los avisos comerciales, las denominaciones de origen, las franquicias y los procedimientos de carácter administrativo. (Ley de Marcas No. 7978)

¿Cómo influye todo esto en las industrias en general?

Independientemente de los productos que fabrique o de los servicios que suministre, es probable que la empresa utilice y cree habitualmente una gran cantidad de activos de propiedad intelectual. Por lo tanto, deben considerar sistemáticamente las medidas necesarias para la protección, gestión y observancia de sus derechos, con el fin de obtener los mejores resultados comerciales posibles gracias a su titularidad. En caso de que utilice activos de

propiedad intelectual que pertenecen a otros, deben considerar la posibilidad de comprar o adquirir los derechos para su uso por medio de una licencia, con el fin de evitar controversias y los correspondientes litigios onerosos.

La mayoría de las empresas suele poseer valiosas informaciones comerciales de carácter confidencial, desde listas de clientes hasta tácticas de venta, que conviene proteger. Es posible que gran número de ellas haya desarrollado dibujos y modelos originales y creativos. Por otra parte, muchas empresas habrán producido o contribuido a la publicación, difusión o puesta a la venta de obras protegidas por el derecho de autor y cabe la posibilidad de que algunas hayan inventado o mejorado un producto o servicio.

En todos estos casos, la empresa deberá estudiar la mejor manera de utilizar el sistema de propiedad intelectual en beneficio propio. A estos efectos, conviene recordar que la propiedad intelectual puede prestar asistencia a las empresas en casi todos los aspectos relacionados con el desarrollo comercial y la estrategia competitiva: el desarrollo y diseño de productos, la prestación de servicios y la comercialización, la acumulación de recursos financieros y la exportación o ampliación de la empresa en el extranjero por medio de licencias o franquicias (Breuer Moreno, 1946).

Desde las compañías tecnológicas y científicas, a las manufacturas y los bienes de consumo, todas las empresas deben ser conscientes de que la Propiedad Intelectual se ha convertido en una de las claves diferenciadoras que permite a las corporaciones obtener una sustancial ventaja competitiva.

Justificación

Por su importancia estratégica en el comercio mundial, es fundamental identificar y proteger el valor de la Propiedad Intelectual, y por ello contar con las herramientas necesarias para protegerla y defenderla ante las instancias administrativas y judiciales del país.

Lo anterior es de vital importancia en especial desde el ámbito Aduanal ya que es en dicha entidad que se determina el régimen aduanero así como la imposición de medidas en frontera frente a materia de falsificación y piratería.

Algunos de los problemas que afrontan las industrias multinacionales, específicamente en medidas de frontera (aduanas), son: la violación de marcas registradas y de derechos de autor, piratería y falsificación de marcas.

Pero muchos funcionarios aduanales se preguntan: ¿cuál es el valor de la propiedad intelectual en una empresa?, ¿Es realmente importante para la empresa la protección de su propiedad intelectual?, ¿Cómo afecta a la economía del país la entrada de productos pirateados o falsificados?, y ¿Cómo a nivel aduanal se puede disminuir el impacto de la piratería y falsificación?

Es vital que los funcionarios de la Aduana Central conozcan “el valor” de la propiedad intelectual: su tecnología patentada, los conocimientos tecnológicos, las marcas y derechos de autor ya que con se enriquece su labor como agentes fiscalizadores de la mercadería que entra en el país.

Antecedentes

Los funcionarios de la Aduana Central en sus diversos puestos de aforadores, personal administrativo y puestos de carácter gerencial son los encargados de revisar la mercancía previo a su destino a algún régimen aduanero. El conocimiento de dichos funcionarios debe versar tanto sobre la materia técnica de merceología así como sobre controles en materia de propiedad intelectual (falsificación y piratería de productos).

Se detectó que los funcionarios de la Aduana Central no poseen un conocimiento adecuado sobre la materia de propiedad intelectual que les permita el desempeño efectivo de su labor fiscalizadora.

Actualmente en Costa Rica, no existe ninguna investigación relacionada específicamente en medir las necesidades y el efecto de una capacitación en materia de propiedad intelectual, dirigida especialmente al área de medidas de frontera.

La propiedad intelectual está sumamente ligada con todas las áreas anteriormente descritas, por lo que nuestro trabajo de investigación pretende medir el efecto de una capacitación en propiedad intelectual, específicamente dirigida para el sector aduanero en el área metropolitana en Costa Rica.

A nivel internacional, se estudiaron varias investigaciones sobre el efecto de la capacitación de la propiedad intelectual en las empresas en general, como por en el desarrollo agrícola, la industria publicitaria, la industria farmacéutica, etc. La máxima de las conclusiones, fueron resultados positivos en las cuales el efecto era el mayor conocimiento adquirido en el tema y de herramientas útiles para impulsar el desarrollo empresarial y por ende económico en el país.

Esta investigación es totalmente innovadora y se considera que contiene un importante diseño que permitió demostrar resultados novedosos en el tema de la investigación de la propiedad intelectual.

Problema

Se ha detectado un desconocimiento en la materia de propiedad intelectual en la población de los funcionarios de la Aduana Central, Ministerio de Hacienda. Por lo anterior se pretende impartir una capacitación en Propiedad Intelectual a fin de brindarle a dichos funcionarios las herramientas y conocimientos adecuados a fin de que puedan ejercer una labor fiscalizadora determinando a su vez el efecto que surte dicha capacitación en los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda.

Objetivos de la investigación

Objetivo general: Determinar el impacto de una capacitación en *Propiedad Intelectual en los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda*

Objetivos específicos:

1. Determinar el grado de conocimiento de los funcionarios de la Aduana Central, en temas específicos de la Propiedad Intelectual, antes de realizar la capacitación.
2. Informar a los funcionarios de la Aduana Central de la importancia de la propiedad intelectual en nuestro país.
3. Ofrecer herramientas para la elaboración de una estructura y el desarrollo de estrategias de protección de propiedad intelectual de la Aduana Central.
4. Brindar información a los funcionarios de la Aduana Central sobre las ventajas competitivas que ofrece una protección efectiva de la Propiedad Intelectual en el país.
5. Evaluar el grado de conocimiento de los funcionarios de la Aduana central, en temas específicos de la Propiedad Intelectual, después de realizar la capacitación.

Hipótesis

Hi: (Hipótesis de investigación) Si existen diferencias estadísticamente significativas entre el conocimiento de los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, en su condición experimental y su condición control, luego del programa de capacitación en propiedad intelectual, ya que se les proporcionó herramientas y conocimientos adecuados a fin de que pudieran ejercer una mejor labor fiscalizadora en cada uno de sus puestos de trabajo.

Variables

Las variables son una propiedad o característica observable en un objeto de estudio, que puede adoptar o adquirir diversos valores y ésta variación es susceptible de medirse.

a. Variable Dependiente:

La variable dependiente que se desarrolla en esta investigación es el conocimiento del tema de propiedad intelectual, y se define de la siguiente forma:

Definición conceptual: que va ser la definición de la propiedad intelectual para cada funcionario de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda.

Según Otamendi 2003, la propiedad intelectual es todo aquello que tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio. La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión.

Definición operacional: es el instrumento que se utilizará para medir la variable conceptual. Las variables operacionales se determinarán mediante un cuestionario en donde se comprobó, cuáles son las áreas dentro de la propiedad intelectual, donde se tiene mayor conocimiento por parte de estos funcionarios y cuales áreas son más débiles.

Las co-variables de la presente investigación se identifican como el sexo de los funcionarios, su posición laboral, la antigüedad en el trabajo, el grado de escolaridad así como su edad.

De los funcionarios a los que se les impartió la capacitación se identifican veintidós de sexo femenino y veintiuno de sexo masculino, todos entre la edad promedio de 25-60 años, con un grado de escolaridad medio que oscila entre el Bachiller de Educación Media a la Licenciatura en Administración Aduanera, Administración de Empresas o Derecho. Los puestos ocupados por los funcionarios oscilan entre los de aforadores, profesionales aduaneros I y II (examinadores, y abogados) así como puestos gerenciales.

b. Variable Independiente: Se efectuaron tres mediciones, dos en condición control y una en condición experimental.

Delimitación del tema

Ante la falta de conocimiento de los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, en temas de propiedad intelectual, se pretende comprobar que una capacitación tiene un efecto positivo en los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda. Se busca aumentar el conocimiento y educar a los funcionarios en materias propias de la propiedad intelectual y la importancia de la misma dentro de la Aduana Central. El efecto de la capacitación se midió mediante un cuestionario *Likert*, por medio del conocimiento del tema.

En este sentido, el objetivo de las capacitaciones ofrecidas a los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, era no solo el conocimiento básico de la propiedad intelectual y su protección, sino además enseñarle a los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, los pasos necesarios para desarrollar una estrategia de protección de Propiedad Intelectual en la empresa, las cuales son:

- a) Coherencia entre la estrategia de Propiedad Intelectual y la estrategia de la Aduana Central.
- b) Políticas de información confidencial

- c) Políticas de secretos comerciales
- d) Políticas de Copyright / derecho de autor
- e) Sistemas tecnológicos para la protección de información confidencial y secretos comerciales.
- f) Sistemas tecnológicos para compartir y realizar el seguimiento de información relativa a la propiedad intelectual y contratos relacionados.
- g) Identificación de potenciales infracciones de propiedad intelectual en mercadería en la Aduana Central.
- h) Contratos con terceros
- i) Contratos de confidencialidad con los empleados
- j) Estrategia de marca
- k) Evaluación de la propiedad intelectual en medidas de frontera (propósito, métodos, herramientas)

El costo y el valor de la propiedad intelectual, hoy en día, están entre las principales competencias de las autoridades nacionales. El manejo efectivo de la propiedad intelectual en un país puede proveer cinco beneficios a las mismas (Lanes y Posner, 1996):

- a) Ventajas estratégicas.
- b) Aumento de los beneficios.
- c) Reducción de costes.
- d) Mitigación del riesgo.
- e) El uso de la propiedad intelectual como fuente de financiación.

En un entorno económico global y competitivo, la propiedad intelectual se ha convertido en un reto imprescindible dentro del éxito corporativo (López-Raygada y Pierino Stucchi, 2002). A lo largo de este período, y debido a su importancia estratégica para el negocio, es fundamental evaluar y minimizar los riesgos y la exposición al daño antes de que surjan los conflictos, tanto en Costa Rica como en operaciones en el extranjero.

En caso de producirse estos conflictos es crucial contar con un asesoramiento especializado, que determine el análisis del riesgo, el trabajo conjunto con las autoridades locales, la búsqueda de evidencias e información clave que soporten la estrategia judicial, así como dar un claro mensaje en el mercado de cuál es la posición que tomará la Aduana Central ante las transgresiones de propiedad intelectual; pero para ello primordialmente es básico el conocimiento de los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, en propiedad intelectual para efectos de orientar y ejecutar adecuadamente a la organización ante una eventualidad de esta naturaleza.

Actualmente, los especialistas en el área de la propiedad intelectual, saben que existe un gran desconocimiento por parte de los funcionarios de la Aduana Central, en esta área, por lo que nuestra propuesta de investigación fue analizar el efecto de una capacitación en materia de propiedad intelectual, proporcionando herramientas para la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, evaluando el efecto de una efectiva capacitación en propiedad Intelectual.

Por lo anterior, esta investigación resolvió el siguiente problema, mediante el cumplimiento de los varios objetivos.

Para sustentar la investigación desde un punto de vista teórico, en el capítulo siguiente se enfocarán los temas respectivos abordados en las capacitaciones.

Limitaciones

Se identifican las siguientes limitaciones en el proceso de la presente investigación:

- a) Inicialmente la investigación estuvo dirigida a las PYMES sin embargo por factores de disponibilidad de las empresas se cambió la población meta a funcionarios de la Aduana Central.
- b) Igualmente se experimentó una demora en la obtención de la aprobación del instrumento mediante juicio de expertos debido al factor tiempo, sin embargo, en

cuanto al fondo del cuestionario y los conceptos aplicados no hubo inconveniente ni objeción por parte de los expertos.

- c) La limitación más importante hace referencia directa a la población enfoque. Lo anterior por cuanto se debe aceptar que el perfil de funcionario público instalado en la Aduana Central no es el idóneo ni personal ni profesionalmente lo cual refleja verdaderamente el funcionamiento real de las Aduanas no solamente en nuestra materia de propiedad intelectual sino en el servicio que se le brinda a los usuarios.
- d) Es menester aclarar que una limitación seria que se notó al momento de desarrollar la capacitación fue el factor tiempo para ahondar en la materia de la propiedad intelectual, puesto que nuestro enfoque fue específicamente en materia de medidas en frontera.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Con la siguiente información en materia de propiedad intelectual se pretende organizar los módulos con los cuales se va a brindar la capacitación.

La Propiedad Intelectual

¿Qué la propiedad intelectual y en qué consiste?

Como apartado general se puede decir que la “Propiedad Intelectual” es la disciplina jurídica que protege los bienes inmateriales, de carácter intelectual con contenido creativo, además de las actividades afines o conexas; que incluyen bienes de distinto orden: artístico, literario y científico, industriales, comerciales y técnicos. Además, la Propiedad Intelectual (o los derechos intelectuales, que es una mejor aproximación) abarca las disposiciones reguladoras de la actividad económica (de explotación) que afectan esos derechos. Importante resulta aplicar la noción de goce y disposición sobre una cosa, sea su índole material o no, a la actividad intelectual en lo literario, artístico e industrial, y en virtud del cual autores, inventores y demás titulares de tales derechos han podido ejercer actos de dominio en relación con las diferentes formas de explotación de sus creaciones. Ello entonces se superpone al concepto de equidad donde el goce privado en un determinado tiempo, cede su posición al interés público, para que la sociedad en el caso de las patentes y el derecho de autor, formen su estado de la técnica y acervo cultural, respectivamente.

Sin embargo el concepto Propiedad Intelectual no encuentra uniformidad ni en doctrina ni en las leyes respecto a su alcance, utilizándose dicho término en algunas legislaciones para designar exclusivamente al derecho de autor y a los derechos conexos (por ejemplo: España).

Para tomar un ejemplo, de las clasificaciones que a escala internacional se hacen, el Tratado que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 1997)

brinda una concepción del alcance de la Propiedad Intelectual, lo cual fue recogido en el artículo 2. viii) que establece que la Propiedad Intelectual alcanza los derechos relativos a:

- a) Las obras literarias y artísticas.
- b) Las interpretaciones de los artistas, intérpretes y ejecutantes, los fonogramas y organismos de radiodifusión.
- c) Las invenciones en todas las áreas del quehacer humano.
- d) Los descubrimientos científicos.
- e) Los dibujos y modelos industriales.
- f) Las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, nombres y denominaciones comerciales.
- g) La protección contra la competencia desleal.
- h) Todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en el campo industrial, científico, literario y artístico.

Como se observa ahí se define la Propiedad Intelectual en las esferas usuales (derecho de autor y derechos conexos y Propiedad Industrial), pero además comprende “todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual, en los campos industrial, científico, literario y artístico”, ello debido a que día a día surgen otras nuevas variedades creativas dignas de tutela, comprendidas o no dentro de las dos grandes esferas tradicionales, como por ejemplo los programas de cómputo, las bases de datos, la obra multimedia, las interpretaciones o ejecuciones artísticas, los organismos de radiodifusión, los productores de fonogramas, las variedades vegetales, los secretos industriales, las denominaciones de origen, los circuitos integrados, la biodiversidad biológica, entre muchas otras. Por ello se afirma que la norma es meramente enunciativa.

La Propiedad Intelectual goza de algunas de las características de la propiedad real y personal, de ahí que hayan surgido diversas posiciones respecto a su naturaleza jurídica. Se dice por ejemplo, que la Propiedad Intelectual es un activo que se puede comprar, vender, ceder por licencia o entregar gratuitamente, además, el titular de la Propiedad Intelectual tiene derecho de impedir la venta o el uso no autorizados de la propiedad. No obstante existe

una diferencia primordial entre los bienes objeto de Propiedad Intelectual y los bienes objeto de la “propiedad común”, cual es que los primeros son bienes intangibles, es decir, que no se pueden definir por sus parámetros físicos, por lo que requieren su expresión en alguna forma particular para que puedan ser objeto de protección.

La naturaleza jurídica de la Propiedad Intelectual, desde una concepción unitaria que abarca las dos ramas tradicionales, así como todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico, según lo antes indicado, se fundamenta en que el objeto protegido es el resultado de la producción intelectual, del trabajo creativo del espíritu, o, en algunos casos, al menos vinculado con la creación, que genera un derecho subjetivo de exclusiva sobre el bien, oponible erga omnes, a excepción de la competencia desleal y que lo que genera es un derecho de abstención respecto de ciertas conductas que, al atentar contra la ética comercial o industrial, lesionan, tanto al empresario honesto como a la fe pública y a los derechos del consumidor. Mediante esto se atiende al cuasi-contrato alegado en el primer párrafo.

Las patentes

¿Qué es una patente?

Las patentes son una de las formas más antiguas de protección de la Propiedad Intelectual. El derecho de patente protege la creación ingeniosa o invención que aprovecha o modifica las fuerzas de la naturaleza, con el propósito de resolver un problema de tipo técnico, para satisfacer necesidades humanas propiamente dichas.

El objeto de protección de la patente es una invención, en cualquier ámbito de la tecnología, sea un proceso o un producto; su objetivo es brindar protección a los adelantos tecnológicos, recompensando la creación de una invención tecnológicamente factible y comerciable.

Respecto a las patentes de invención particularmente se ha discutido si se trata de un monopolio o un derecho. En los siglos XV y XVI surgen los primeros avances tecnológicos y con ellos aparece lo que se conoce como *privilegios de invención*, que corresponden a

prerrogativas otorgadas por el Rey para la explotación de una invención. Dichos privilegios se concebían como una recompensa caracterizada por la arbitrariedad del monarca y no como un derecho.

La concepción de la patente como monopolio de derecho se justifica precisamente porque en sus orígenes los derechos de Propiedad Industrial se concebían como privilegios (“*privilegios de invención*”), que como se dijo correspondían a prerrogativas otorgadas por el Rey para la explotación de la invención a los titulares del derecho. En el siglo XVIII en Inglaterra se utiliza por primera vez la palabra “patente” para hacer referencia a ciertos derechos otorgados por el Estado relacionados con las invenciones. Es a partir de ese momento que se conciben las patentes como derechos reconocidos y otorgados por el Estado, por el aporte que con ella hace a la sociedad, con carácter temporal y a cambio de la divulgación de la patente.

Se puede entender que una patente es un “contrato” entre la sociedad y un inventor, mediante el cual se le confiere el derecho exclusivo de impedir, por un período de tiempo fijo, que otros fabriquen, usen y vendan la invención patentada, a cambio de la divulgación por parte del inventor divulgue al público los detalles de la misma.

La protección que otorga el Estado por medio de la patente se debe al interés público que media, razón por la cual se les exige tres condiciones: novedad, nivel inventivo y aplicación industrial.

La aplicación práctica del cuasi-contrato de la patente en nuestro sistema y legislación se caracteriza por los aspectos que a continuación se abordarán.

Nuestro país es regulado en materia de Patentes por la Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad N° 6867 de 25 de abril de 1983. Acepta bajo el concepto de invención toda creación del intelecto humano, nueva, con nivel inventivo y aplicable a la industria, pudiendo ser una máquina, un producto, una herramienta o un procedimiento de fabricación. De la patentabilidad se excluyen los siguientes elementos:

- a) Invenciones cuya explotación se impida en pro del orden público, la moralidad, la salud.
- b) Métodos de diagnóstico, terapéuticos y quirúrgicos para el tratamiento de personas o animales.
- c) Plantas y los animales.
- d) Procedimientos esencialmente biológicos para la producción de plantas o animales.
- e) Asimismo Costa Rica forma parte del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT), el cual rige desde el 03 de agosto de 1999.

Se acepta un término de prioridad de un año para que una aplicación de patente, presentada en cualquier estado miembro de la Unión de París, sea igualmente presentada en Costa Rica.

Paralelamente, la ley proporciona un período de gracia por igual plazo de un año después de divulgada la invención, siempre que dicha divulgación sea consecuencia de incumplimientos contractuales, actos realizados por el inventor o algún acto ilícito cometido en su contra. El período de protección es de 20 años contados desde la presentación en el país de origen.

Hay deber de explotar la patente durante los tres años siguientes a su concesión o de cuatro años desde la solicitud, según sea el plazo más largo.

Están reguladas las licencias obligatorias de patentes dependientes, por prácticas anticompetitivas o por utilidad pública.

Todas las resoluciones del Registro de la Propiedad Industrial tienen Recurso de Apelación ante el Tribunal Registral Administrativo, de reciente creación y puesta en funcionamiento.

Para presentar una patente los siguientes son los requisitos:

- a) Indicación del inventor y/o solicitante, con su domicilio exacto.

- b) Poder Especial debidamente notariado y legalizado ante el Cónsul de Costa Rica más cercano. Se podrá actuar sin poder, mediante la gestoría de negocios y se aportará el mismo en el plazo de tres meses posteriores a la presentación.
- c) Si el solicitante es diferente del inventor se aportará el documento por el cual adquirió el derecho, debidamente legalizado.
- d) Indicación del título de la invención.
- e) Descripción de la invención, incluyendo las reivindicaciones y un resumen que contenga la información necesaria para considerarse como novedad al estado de la técnica.
- f) Original en tinta de los dibujos correspondientes y tres copias de los mismos.
- g) Si se desea hacer valer algún derecho de prioridad, deberá hacerse dentro de los doce meses siguientes a la presentación en el país de origen.
- h) Documentos en otros idiomas deberán ser aportados en español o traducidos por nuestra firma.
- i) En su defecto se presentará copia certificada del país de origen, debidamente legalizada, la cual obligatoriamente contendrá la descripción detallada de la invención, indicación precisa de los objetivos perseguidos por la patente, diseños incluidos en la patente con su descripción y la Clasificación Internacional de la misma.

Para solicitudes PCT (donde Costa Rica es miembro desde 1999) se debe presentar lo siguiente en la fase nacional: Poder Especial, copia de la solicitud internacional, del estudio internacional, de la búsqueda y examen preliminar, sin legalizar. Los documentos oficiales se pueden presentar en el idioma de origen.

¿Qué invención es patentable?

Una invención es patentable si es nueva, si tiene nivel inventivo y si es susceptible de aplicación industrial. Una invención es nueva cuando no existe previamente en el estado de la técnica. El estado de la técnica comprenderá todo lo divulgado o hecho accesible al público en cualquier lugar del mundo y por cualquier medio, antes de la fecha de

presentación de la solicitud de patente en Costa Rica, o en su caso antes de la fecha de prioridad aplicable.

De conformidad con el Art. 1 de la Ley de Patentes, en Costa Rica no se considerarán invenciones:

- a) Los descubrimientos, las teorías científicas, los métodos matemáticos y los programas de ordenador considerados aisladamente.
- b) Las creaciones puramente estéticas, las obras literarias y artísticas.
- c) Los planes, principios o métodos económicos de publicidad o de negocios y los referidos a actividades puramente mentales, intelectuales o a materia de juego.
- d) La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de forma o uso, dimensiones o materiales, salvo que se trate de una combinación o fusión tal que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de ellas sean modificadas para obtener un resultado industrial no obvio para un técnico en la materia.

Además, se excluyen de la patentabilidad:

- a) Las invenciones cuya explotación comercial deba impedirse objetiva y necesariamente para proteger el orden público, la moralidad, la salud o la vida de las personas o los animales o para preservar los vegetales o evitar daños graves al ambiente.
- b) Los métodos de diagnóstico, terapéuticos y quirúrgicos para el tratamiento de personas o animales.
- c) Las plantas y los animales, excepto los microorganismos, siempre y cuando no sean microorganismos tal y como se encuentran en la naturaleza.
- d) Los procedimientos esencialmente biológicos para la producción de plantas o animales, que no sean los procedimientos no biológicos ni microbiológicos.

Además no son patentables:

- a) Las invenciones contrarias al orden público o a las buenas costumbres.

- b) Las variedades vegetales o las razas animales, los procedimientos esencialmente biológicos de obtención de vegetales o animales.
- c) Los inventos en biotecnología y microbiología.
- d) Los productos farmacéuticos y los medicamentos de la lista de medicamentos esenciales de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Cabe anotar también que no se consideran invenciones los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos; el descubrimiento de materias existentes en la naturaleza, las obras literarias, artísticas, científicas o estéticas; los planes, las reglas y métodos de actividades intelectuales, de juego o programas de computador o el soporte lógico; los métodos terapéuticos o quirúrgicos para tratamiento humano o animal; y los métodos de diagnóstico.

¿En qué consiste la protección a una patente?

La protección de una patente significa que la invención no puede ser reproducida, utilizada o comercializada sin el consentimiento del titular de la patente durante el plazo de protección. Vencido el plazo de protección, la invención pasa a estar a libre disposición de cualquier tercero que quiera explotarla.

En Costa Rica, la patente tiene un plazo de vigencia de veinte años a partir de la fecha de presentación de la solicitud en el Registro de la Propiedad Industrial.

La marca

Origen de la marca

De acuerdo con el autor Baylos Corroza (1993), el estudio de la evolución de los signos distintivos diferencia entre el uso histórico de los signos, que podría abarcar tantas manifestaciones y aspectos de la vida de la humanidad, y la historia de los derechos exclusivos a la utilización de signos diferenciales de carácter mercantil.

Se puede afirmar que a través de la historia los signos han constituido una respuesta a creencias religiosas, ideologías económicas y culturales entre otro. No cabe la menor duda de que el estigma en el cuerpo del esclavo, la marca del dueño del ganado y las marcas oficiales colocadas por las autoridades por el pago de impuestos o para revelar la existencia de un monopolio del Estado, constituyeron también marcas, pero, y he aquí la diferencia, con finalidades aun alejadas de las que hoy en día se atribuyen a los signos distintivos.

Para la Edad Media ya existía en su estado incipiente las marcas aunque marcadas por el I industria y la repartición de los mercados por lo que los signos incipientes no eran precisamente utilizados para diferenciar el origen de los productos o servicios. ¿Por qué? Básicamente porque eran pueblos agrarios que no habían experimentado el desarrollo industrial.

Por lo anterior la colocación de las marcas sobre los productos era el punto culminante de normas específicas de ciertos gremios que exigían la observancia de ciertas reglas o procedimientos de fabricación, sancionando como fraudulentos aquellos productos que eran puestos en el mercado sin la correspondiente marca.

Para la Edad Media el desarrollo de la empresa no lograba integrarse con lo que en ese entonces se conocía como "mercado libre" y a fin de lograr una complementación siendo que entonces el signo de lo que hoy se conoce como "marca" vino a otorgársele un carácter de identificador de productos como originarios de una empresa o empresario frente a los de otros similares.

Con la Revolución Industrial surge Gran Bretaña generándose un clima de abundantes recursos en las áreas hidráulicas, reservas de carbón todo ello aunado a un sistema jurídico del "common law" capaz de adaptarse a los cambios de la sociedad y fue aquí cuando se empezó a dar mayores cambios ya que se empezó a dar protección a los intereses de particulares por problemas surgidos entre sí así como aquellos originados de la relación de los particulares con el Estado.

De manera simultánea con la Revolución Francesa se dio un importante desarrollo en materia marcaria creándose las condiciones necesarias para el desarrollo de este signo distintivo tal como se conoce hoy en día.

Evidentemente, todos estos cambios no surgieron de la noche a la mañana ya que formaron parte integral de un proceso histórico gradual que en ocasiones no fue homogéneo pero que en donde ciertos acontecimientos sociales como las revoluciones citadas anteriormente cambiaron el pensar de la sociedad frente al comercio y al derecho de marcas.

Objetivo del derecho de marcas

El objetivo principal del derecho marcario es el de distinguir las mercancías de un fabricante o de un comerciante. Con la introducción de la protección marcaria se abrió la posibilidad para el comerciante de utilizar la marca como signo distintivo de sus mercaderías y como referencia al origen de las mismas, y así con el auxilio de la marca protegida formar una clientela. Además de ésta función beneficiosa para el comerciante, se consideró en la Argentina desde el principio, la protección del consumidor contra el fraude como una finalidad esencial del derecho de marcas.

Concepto de marca

La marca es un signo distintivo que atendiendo a su naturaleza o sustrato, constituye un bien inmaterial, esto es, una creación de la mente o del intelecto humano (Gómez Segade, 2001).

Por otro lado el doctrinario Fernández-Novoa (2001) nos dice que la marca, más allá del signo y de los productos o servicios a los que se aplique, existe un componente psicológico de primera importancia: que la relación entre signo y producto sea percibida por los consumidores, son estos los determinantes en la consolidación de la marca.

Lo anterior constituye el motivo por el que algunos signos distintivos (como los gustativos y los olfativos) son difíciles de constituirse como marca. Sin embargo, en desarrollo del derecho marcario internacional se ha visto que las marcas olfativas y las gustativas han sido registradas en algunos países.

Así las cosas, el concepto de marca juega un papel esencial en la sistematización de la rama del Derecho que nos ocupa y en la aplicación de la legislación marcaria a casos concretos.

A continuación se presentan algunos distintivos en la definición de marca:

- a. Es el signo característico con que el industrial, comerciante o agricultor distingue los productos de su industria, comercio o explotación agrícola.
- b. Es el signo que permite distinguir el origen industrial o comercial de las mercaderías.
- c. Son símbolos denominativos o emblemáticos que distinguen los artefactos de una fábrica, los objetos de un comercio o los productos de la tierra y de las industrias agrícolas.
- d. Es el símbolo distintivo y orden de palabras con los que pueden distinguirse los productos de un industrial o de un vendedor.
- e. Es un signo protegido en virtud de su inscripción en el registro, que una empresa utiliza para distinguir determinadas mercaderías fabricadas o vendidas por ella o determinadas prestaciones de servicios de otras empresas.
- f. Es cualquier signo visible que sirva para distinguir los bienes de una empresa.

Así las cosas, se puede afirmar que la industrialización acaecida en el mundo a partir de fines del siglo XVIII, y cuya extensión y profundización no han cesado desde esa época, han conducido a una creciente utilización y valor de las marcas.

Una situación similar subsiste aún en las economías modernas respecto de ciertos productos básicos, particularmente agrícolas y minerales, cuyo carácter fungible presta escasa significación a la identificación de su productor; lo esencial respecto de ellos es que se cumplan las especificaciones de calidad que permitan incluir al producto en cuestión de una de las categorías empleadas en la rama comercial de que se trate para la clasificación de las mercaderías.

En la economía industrial, por el contrario, la utilización de signos que permitan determinar la empresa oferente de bienes y servicios pasa a ocupar un papel relevante. Se acrecienta en el comercio el número de mercaderías cuya calidad no puede ser totalmente determinada mediante especificaciones o descripciones relativamente simples, sino que sólo puede ser precisada con su uso. Adicionalmente, crece sustancialmente el número de productos no dirigidos a la satisfacción inmediata de necesidades básicas de la población, sino a atender deseos arbitrarios o suntuarios.

En nuestros días, en que la propaganda comercial adquiere dimensiones de enormidad y de obsesión, las marcas pasan a desempeñar dos nuevos papeles. Por una parte, la propaganda lleva a que las marcas no tengan un mero valor identificario, sino que su mera presencia otorgue cierto placer o satisfacción al comprador, o en términos más precisos económicamente, que ésta esté dispuesto a pagar un mayor precio por los productos acompañados de las marcas publicitadas. Desde un segundo ángulo, la propaganda permite utilizar a las marcas para dirigir y controlar la demanda. Sin llegar al extremo de quienes consideran que el consumidor ha perdido toda espontaneidad, siendo la llamada soberanía del consumidor una mera apariencia, es evidente que existe una estrecha relación funcional entre gastos de publicidad y demanda; cuanto mayores sean tales gastos, mayor será la demanda. En consecuencia, los gastos de publicidad pasan a cumplir una función esencial dentro de la estructura empresarial.

El orden jurídico destinado a asegurar que los signos marcarios cumplan con su función constituye uno de los instrumentos esenciales para el adecuado accionar de una economía industrializada. Los perjuicios derivables de su fracaso recaerán tanto sobre el patrimonio de las firmas directamente afectadas, como sobre la capacidad de producción y crecimiento que tengan las economías donde tal hecho ocurra.

Función y sentido económico de las marcas. Los signos marcarios desempeñan diversas funciones en las economías modernas. El carácter definitorio de los mencionados signos es su capacidad distintiva. Sin la posibilidad de cumplir la función de distinguir ciertos bienes y servicios de los que carecen de la marca, ésta deja de ser tal, tanto económica como

jurídicamente. Las restantes funciones de la marca, se encuentran subordinadas a la función distintiva, tanto desde un punto de vista lógico como del jurídico.

Función distintiva de las marcas. Es la función básica, que cada marca debe cumplir como medio para identificar una mercadería o servicio. El rol de identificación-diversificación es el fundamento de la existencia de los signos marcarios de cualquier índole que éstos sean.

La función distintiva hace posible una efectiva competencia en un mercado complejo e impersonal, suministrando los medios a través de los cuales el consumidor puede identificar los productos que le satisfacen y recompensar al productor con compras continuadas. Sin algún sistema de identificación del producto, la elección informada del consumidor, y por lo tanto la competencia significativa en materia de calidad, no podrían existir.

Se sostiene que la función propia de las marcas de productos y servicios es la de identificar la cosa o actividad, diferenciándola de otra u otras; función cuyo cabal cumplimiento importa en alto grado a una comunidad estructurada en un régimen de respeto a la libertad de comercio, pues mediante las marcas los productores individualizan las mercancías que fabrican y venden, construyen su prestigio comercial y constituyen y defienden su clientela, y los adquirientes pueden, a través de los signos marcarios, seleccionar y elegir las cosas que les ofrecen. La función distintiva de la marca es reconocida por el orden jurídico y, en una sociedad que concede tutela legal a las marcas, sólo puede ser adecuadamente interpretada en el marco de tal protección. La función distintiva de la marca no sólo hace a la esencia de este signo, sino que sólo se cumple y delimita adecuadamente en base al derecho exclusivo del titular de la marca, que es el corazón del Derecho de marcas.

El eje del derecho concedido al titular de una marca es el *jus prohibendi* respecto del uso de ese signo por terceros. Cuando una marca es utilizada lícitamente, ello implica, jurídicamente, que el titular de ese signo se ha abstenido de ejercer ese *jus prohibendi*. Tal abstención, porque se trate de bienes comercializados por el titular de la marca, o por sus licenciatarios, es lo que distingue a esos bienes de los de terceros.

El carácter distintivo de las marcas está dirigido a asegurar y mejorar la calidad de los bienes y servicios ofrecidos en una economía. El hecho de que, económicamente, lo esencial

sea el mantenimiento de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos en una sociedad, no quita que, jurídicamente, tal propósito quede absorbido por el medio para lograrlo, o sea la mencionada función distintiva o identificación de marcas.

La relación entre la función distintiva de los signos marcarios y la calidad de los bienes ofrecidos opera del siguiente modo. Quien es titular de una marca y utiliza o autoriza su uso respecto de artículos de determinada calidad sabe que los consumidores tenderán a identificar su marca con tal calidad. Esta identificación le permitirá obtener un precio superior por los artículos distinguidos con esa marca, y dará a ésta su valor.

Nada impide, y aquí radica el esencial servicio que el Derecho de marcas brinda a la economía, que el dueño de la marca disminuya la calidad de los productos que la lucen. Pero como los consumidores no tardarán en percibir esa caída de calidad, los perjuicios derivados de ésta redundarán en contra de quien los cause, o sea el dueño de la marca que autorizó su uso en productos de baja calidad o así actuó por su propia cuenta, de la misma forma que los beneficios derivados de una mejor calidad incidían sobre el dueño de la marca. De esta forma se logra, en materia de calidad, una de las condiciones esenciales de toda economía descentralizada, sean sus unidades de propiedad capitalista o estatal.

La naturaleza distintiva de la marca permite, solucionar ciertas dificultades en la determinación de la calidad de productos comprados, creando así una economía de los llamados gastos de transacción, o sea los necesarios para concretar operaciones sobre bases racionales e informadas. El sistema marcario permite identificar, cuando el comprador se ve perjudicado por su compra, el origen de la mercadería adquirida llevándole a desplazarse a la adquisición de las identificadas con otras marcas, por las que estará dispuesto a pagar un mayor precio en función de la mayor satisfacción que obtenga.

El sistema sancionatorio de las violaciones de la Ley de Marcas está destinado a asegurar que éstas cumplan su función distintiva, penándose a quien utilice signos marcarios de tal modo que se cree confusión con los de sus titulares legítimos.

Función de identificación del origen de los bienes y servicios. Constituye una consecuencia de la función distintiva de las marcas. Los consumidores y usuarios pueden conocer, a través de la marca, cuál es la empresa que ha producido o comercializado los bienes y servicios ofrecidos.

La función de identificación de origen es una consecuencia común, pero no necesaria, de las características esenciales de las marcas. En primer lugar, los consumidores pueden conocer y estar familiarizados con una marca, conocimiento en base al cual operan en el mercado, y desconocer totalmente la identidad de la empresa que produce o comercializa los bienes y servicios distinguidos con tal marca. En segundo término, una marca puede cambiar de titular o ser objeto de licencias, o puede alterarse la titularidad de la firma propietaria y usuaria de tal marca, sin que tal hecho se refleje en modo alguno en ésta, ni sea conocido por la generalidad de quienes adquieren los productos identificados por ese signo marcario.

La función de identificación de origen de las marcas ha sido variable en el tiempo y en los distintos sistemas jurídicos. En la antigüedad, la función esencial de los signos usados a manera de marcas era identificar el autor o proveniencia de los objetos marcados. En la Edad Media, las marcas cumplían también, una función de identificación del origen de las mercaderías, con un doble propósito: determinar si los artesanos y fabricantes cumplían con las normas de calidad y asegurar que los miembros de una corporación no incursionaran en el tipo de trabajos reservados a los de las restantes. Se trataba así, de lograr a través de las marcas el control del cumplimiento de ciertas reglas vigentes en las sociedades medievales, relativas al funcionamiento de las corporaciones de oficios.

Esta idea de que la función esencial de la marca es la determinación del origen de las mercaderías perdura, en alguna medida, hasta nuestros días. En lugar de entenderse que la marca es un signo distintivo abstracto con capacidad para ser utilizado por cualquier persona, se considera a veces que los signos marcarios representan para el cliente la fuente u origen físicos del producto o servicio en conexión con el cual se usa la marca. Esta teoría ha sido seguida en los Estados Unidos hasta tiempos relativamente recientes.

La función de identificación de origen tiene gran importancia práctica cuando se trata de determinar los límites de la protección jurídica concedida a una marca.

Función de la marca- de garantía de calidad. Ella asegura al comprador que los artículos que llevan la marca tienen la misma alta calidad que el cliente espera encontrar. Igualmente asegura que un deterioro de la calidad puede ser rastreado hasta aquel que lo produjo.

La función distintiva de la marca permite a los consumidores y usuarios determinar qué signos que identifiquen al producto corresponden a productos de mejor calidad, y cuáles a los de peores condiciones.

El Derecho marcario no otorga valor jurídico directo a la función de garantía de calidad. El consumidor que adquiere un bien cuya calidad es sustancialmente inferior a la de otros bienes portadores de idéntica marca, comprados anteriormente, carece de acción alguna bajo el Derecho de marcas.

Función publicitaria de la marca. La función publicitaria de las marcas tiene varias facetas. La primera de ellas se vincula con el elemento esencial de los signos marcarios, o sea su función distintiva. Una segunda faceta de la función publicitaria se vincula con la consistencia misma del signo marcario, o sea con los elementos visuales que constituyen éste. Un tercer aspecto de la función aquí analizada queda configurado por la utilización de las marcas para dar a conocer, por distintos medios y en forma directa y explícita, información respecto de los productos y servicios marcados.

La función publicitaria de las marcas no se encuentra protegida en forma directa por la legislación marcaria. Las normas que restringen y determinan las facultades publicitarias, por ejemplo, en lo que hace propaganda comparativa, son las relativas a lealtad comercial y competencia desleal.

Con base en lo anterior se puede concluir que las marcas tienen una función de utilidad social vital para el comercio ya que nos aportan información y seguridad acerca del origen de los productos o servicios. De manera indirecta las marcas imponen derechos y deberes frente a los consumidores y que se redundan en el ofrecer productos y servicios de determinada calidad siempre siendo que la función primordial de la marca es una económica ya que al decaer en calidad decae su demanda en el comercio.

Tan importante es la marca que ostenta una protección agresiva en todos los ordenamientos jurídicos sin que se limite el interés económico patrimonial del titular. Indudablemente las marcas cumplen un rol vital en el desarrollo de la economía y comercio internacional.

¿Qué es una marca?

Siguiendo la tesis de la monografía de Suárez, “Orígenes del Moderno Sistema de Patentes”, se puede decir que las marcas nacen igualmente con la jurisprudencia del *common law* de los Tribunales Ingleses, los cuales se basan entonces de acuerdo a la posición del autor en el cuasi-contrato de Competencia Desleal, para proteger los usos indebidos de signos distintivos sin autorización de los legítimos titulares. Así queda reconocido el moderno sistema de marcas que llega hasta nuestros días.

La marca es el bien inmaterial objeto de protección de esta parte de la Propiedad Industrial. Autores como Fernández Novoa define la marca como “un bien inmaterial, esto es, un bien que no tiene una existencia sensible, sino que, por el contrario, necesita materializarse en cosas tangibles (*corpus mechanicum*) para ser percibido por los sentidos, siendo, además susceptible de ser reproducido ilimitadamente y de modo simultáneo, en diversos lugares.” (Fernández-Novoa, 2001, p.25).

Por su lado la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978, define la marca en su artículo 2 como “*cualquier signo o combinación de signos que permite distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que apliquen frente a los de su misma especie o clase.*” De dicha definición se puede afirmar que la marca consiste en la unión de un signo con el producto que identifica.

Igualmente la doctrina se ha esforzado por dotar a la marca de una naturaleza jurídica determinada, elaborando la doctrina alemana dos tesis jurídicas al respecto. Ellas son:

- a) La tesis del derecho de la personalidad. Desarrollada por Josef Kohler, quien afirmaba que la relación entre una persona y un producto representado por medio

de una marca es una relación de naturaleza jurídico personal, pues la marca viene a representar la actividad intelectual de la persona, y en ese sentido la marca no debe estar sometida a ninguna limitación territorial. Esta tesis sostiene que respecto a las marcas la intrasmisibilidad de los derechos de la personalidad debe flexibilizarse para permitir su transmisión o enajenación.

- b) La Tesis del Derecho sobre un Bien Inmaterial. Desarrollado por Alexander-Katz declara que la marca es un bien inmaterial, pues es el resultado del esfuerzo de su titular. Esta teoría se justifica en que la marca es un bien desligado de la personalidad del autor accesorio de la empresa; se trata de un bien objetivado susceptible de ser transmisible por su propia naturaleza y sujeto a límites territoriales.

Hoy en día la marca se concibe desde el punto de vista del consumidor como una cosa con cuatro elementos esenciales: a) es una cosa, b) que distingue, c) tiene que ver con un producto o servicio, y d) frente al público. De faltar uno de esos elementos el objeto no es marca.

En forma paralela desde el punto de vista del titular, la marca se presenta como el derecho de éste de distinguir su producto o servicio frente al público.

Considerando ambas concepciones, podría decirse que la marca es un bien inmaterial sobre el cual se obtiene un derecho de propiedad exclusivo, que otorga el derecho de libre disposición (posibilidad de transmitir el derecho) de goce (uso y aprovechamiento) y de exclusión (impedir que otros lo usen sin su consentimiento).

La Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos N° 7978 que se detallará más adelante contempla en los artículos 25 y siguientes, 31 y siguientes los derechos antes mencionados, por lo que se puede decir que determina la naturaleza jurídica de la marca como un derecho sobre un bien inmaterial, a pesar de que en el mismo cuerpo normativo se encuentran rasgos precisos que reflejan aspectos de la tesis del derecho de la personalidad. A manera de ejemplo el artículo 8 inciso f determina que ningún signo podrá registrarse como marca

cuando afecte el derecho de la personalidad de un tercero, especialmente si se trata del nombre, la firma, el seudónimo, la imagen, el retrato, etc.

La ley de Marca de Costa Rica da una definición de marca: "Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase".

Signos que se protegen: Artículo 3.

- a) Uso: se protege actualmente en forma expresa, el uso de la marca mediante el sistema mixto. Esto es vital para definir la naturaleza de la marca en nuestro sistema.
- b) Plazo de protección: 10 años y un período de gracia de seis meses para su renovación.
- c) Regula en forma explícita la Marca Notoria.
- d) Todas las resoluciones del Registro de la Propiedad Industrial tienen Recurso de Apelación ante el Tribunal Registral Administrativo, quien agota la vía administrativa.
- e) La tramitación demora aproximadamente de cinco a siete meses de no presentarse oposiciones lo cual retrasaría el proceso considerablemente.

Por su lado los requisitos para la inscripción de una marca en Costa Rica:

- a) Poder Especial debidamente notariado y legalizado ante el Cónsul de Costa Rica más cercano.
- b) Ocho diseños del distintivo, si se trata de marcas figurativas o mixtas, en un formato mínimo de ocho centímetros por ocho centímetros y máximo de diez centímetros por diez centímetros.
- c) Indicación de la clase en la cual se protegerán los productos o servicios, de acuerdo a la Octava Edición de la Clasificación de Niza.
- d) Indicación del titular y su domicilio exacto.
- e) Documento de Prioridad si se desea hacer valer alguna.

f) Documentos en otros idiomas deberán ser traducidos al español.

Naturaleza de la marca

Se puede analizar la naturaleza de la marca desde dos enfoques: desde el punto de vista del consumidor y desde el del titular. En el primer caso la marca es un "objeto", es «*aquella cosa que distingue a un producto frente al público*» (marca en sentido objetivo); en el segundo caso, la marca es un "derecho" sobre el "objeto", «*un derecho del empresario a distinguir su producto frente al público, con aquella cosa*» (marca en sentido subjetivo).

En adelante se utilizará la definición objetiva de la marca, que tiene cuatro elementos esenciales:

- a) «*Es una cosa*» (generalmente conocida como «*signo*»)
- b) «*Qué distingue*» (fuerza distintiva)
- c) «*Un producto*» (que puede ser un producto material o un servicio)
- d) «*Frente al público*» (el público es el sujeto pasivo de la información)

Si falta un solo elemento, la cosa no es marca, y, si algún día lo fue, deja de serlo. Así, por ejemplo, la vulgarización de una marca termina por desnaturalizarla al perder del elemento distintivo; de igual forma, si no hay producto, porque nunca se elaboró, la marca se desvirtúa. Lo mismo puede decirse si no existiese público que conozca del producto y de la marca, entonces ella no tendría razón de ser.

Principios del derecho marcario

En el derecho de marcas cuenta con diversos principios que se pueden identificar así:

1. Principio de registrabilidad.
2. Principio de la libre opción.
3. Principio de temporalidad.
4. Principio de territorialidad.

5. Principio de especificidad (o especialidad).
6. Principio de no confusión.
7. Principio del mínimo uso.
8. Principio de la legítima defensa marcaria.
9. Principio de la buena fe marcaria.

A continuación se analizarán los principios en detalle:

1. Principio de registrabilidad.

Según este principio, sólo la marca registrada surte plenos efectos jurídicos. Al ser la marca «*aquella cosa que distingue a un producto frente al público*», puede darse el caso de que «*aquella cosa*» no esté registrada como marca. En otras palabras, no hace falta el registro para que una marca sea tal. Ahora bien, de ello no se concluye que los efectos de una marca registrada sean iguales a una que no lo esté. El legislador ha dispuesto en la generalidad de países, que para que una marca surta plenos efectos jurídicos previamente debe estar registrada.

Este es un principio de derecho positivo, no requerido por la naturaleza de la marca. Sólo llega a entenderse en toda su complejidad cuando se observa en la historia del derecho marcario. El antiguo derecho francés consideró que una marca pertenecía al primero que la ocupaba, de forma análoga a los derechos de autor, lo cual resultaba comprensible en ese tiempo, cuando las marcas eran pocas y la práctica del registro no se había generalizado. Pero la Ley sobre Marcas de Fábrica, Comercio y Servicio de 31 de diciembre de 1964 cambió radicalmente el sistema: confirió nuevos derechos al titular de la marca y estableció nuevas presunciones de legitimidad, las cuales sólo eran posibles de conferir -en buena lógica jurídica- a quien había registrado su marca. No se podía tratar igual a los desiguales; no se podía dar los mismos efectos jurídicos a una marca no registrada, que a una que sí lo estaba.

En países como Alemania e Italia se ha considerado que una marca notoria no registrada podía oponerse o impugnar una marca posteriormente registrada. Ello no

constituye una excepción al principio de la registrabilidad. Obsérvese que la marca notoria no surte plenos efectos jurídicos: por ejemplo, no se presume legítima, sino que hay que probar que la marca es efectivamente notoria. La plenitud de los efectos solamente devienen con el efectivo registro de la marca (Riofrío, 2003).

La *ratio* del principio nace más del Derecho del Consumidor que del de Marcas, pues lo que el legislador intenta precautelar con el registro es el derecho a la no confusión del público (corolario del derecho a la información), más que el derecho del titular de la marca a la misma. No obstante, ambos derechos se erigen como con fundamento de este principio. Bien se sabe, que el registro beneficia tanto al consumidor, como al titular de la marca.

2. Principio de la libre opción

Por este principio, uno es libre de optar por el registro de cualquier marca. Son fundamento de este principio básicamente dos derechos: primero, y de forma evidente, el derecho general a la libertad del hombre, y luego el derecho a la información, que entre sus facultades consta la de difundir o manifestar las ideas, opiniones o conceptos que uno tenga, entre las cuales consta el derecho a la propaganda.

Pero como nuestro derecho termina donde comienza el del otro, la libertad otorgada por este principio tiene una limitante: la colisión de derechos. No se puede registrar una marca en desmedro del derecho de un tercero. Al ser la marca un tipo de información, tiene las limitantes propias del derecho de la información: no se puede registrar una marca injuriosa, ni una que atente contra la honra, intimidad o buena imagen de otro, ni que desinforme (confunda), ni en desmedro de las buenas costumbres...

Conocido es que tampoco se pueden registrar los signos con bajo o nulo nivel distintivo, o que puedan inducir al público a una confusión. Esto no constituye una excepción al principio de la libre opción, sino una confirmación de él. En efecto, por este principio se puede registrar «cualquier marca», y algo que carece de *nivel fuerza distintivo* naturalmente no es en marca, pues le falta un elemento de la esencia: la fuerza distintiva.

La prohibición general de registrar signos idénticos o similares a las marcas ya registradas tiene dos fundamentos: a) se prohíbe porque existe colisión de derechos donde el derecho que prevalece es el del que registró la marca con anterioridad; y, b) también se prohíbe porque al ser idéntico o similar a la marca, el signo que se pretende registrar carece de fuerza distintiva.

3. Principio de temporalidad

En su peregrinar por esta tierra el hombre está condicionado a vivir dentro de dos elementos naturales que lo limitan: el tiempo y el espacio. Al ser la marca un producto proveniente del querer del hombre, también ha quedado sometida a las mismas leyes. La marca no es un derecho *ab eterno*. Su duración depende de las leyes de cada país y de la voluntad de su titular.

La vida efímera de la marca es un principio de Derecho natural. Pero la cantidad de años por los que se prolonga este derecho subjetivo es, más bien, de orden convencional: el legislador puede ampliar o reducir el plazo de su vigencia por la vía del derecho positivo (cinco, diez, quince años...), y el titular puede renovarlo si lo desea. Una vez pasado el tiempo, la marca caduca.

4. Principio de territorialidad

En materia de marcas rige el principio de territorialidad. Los derechos de exclusividad para el uso de una marca están limitados al país donde se conceden. Por lo tanto, para la comercialización de los productos o servicios distinguidos con esa marca en otros países, debe tenerse en cuenta la legislación interna de los países donde se comercializan.

De igual forma que el tiempo, el espacio también es un limitante natural de la marca. Una marca no es un derecho oponible universalmente, no es un derecho que se puede hacer valer tan fácilmente *erga omnes* en cualquier lugar del mundo.

Al ser un elemento substancial de la marca el público, y siendo el público un sujeto pasivo que se asienta en un territorio, los efectos jurídicos que emanan de una marca -registra

o no- siempre se circunscribirán a un territorio determinado. Esta regla aplica tanto a las marcas comunes, como a las notorias o de alto renombre.

El registro de una marca consolida el derecho sobre ella en el territorio del país en donde se registró, y *a fortiori* en los territorios hasta donde se extienda la *pipe line*. Adicionalmente, por el principio de buena fe se podrá extender en el tiempo y en el espacio su ámbito de acción, a lo cual se hará referencia posteriormente.

Las marcas notorias y las de alto renombre alcanzan un alto grado distintivo en públicos que no se circunscriben a un territorio determinado. Por ello, es de justicia que el legislador reconozca legalmente esos efectos que naturalmente se dan.

5. Principio de especificidad (o especialidad)

Existe también una limitante de orden intelectual: las marcas se registran en una clase específica.

El principio de especificidad es inherente a la marca. Como dice Fernández-Novoa, «*la marca no estriba en un signo abstractamente considerado, sino que es un signo puesto en relación con una o varias clases de productos o servicios. Paralelamente, el derecho sobre la marca no recae sobre un signo per se, sino sobre un signo puesto en relación con una o varias clases de productos o servicios.*» Cada marca naturalmente hace relación a un producto. En otras palabras, es de la naturaleza que una marca proteja un producto o servicio determinado.

La consecuencia más palpable de éste principio es que distintos titulares pueden registrar marcas iguales, en diferentes campos. Por ejemplo, el registro de una marca destinada a proteger pasteles no impide el registro de otra que proteja herramientas electromecánicas.

Si los productos son diferentes, naturalmente las marcas también lo serán. Sin embargo, este principio de ninguna manera puede desentenderse del siguiente. Sin el principio de la no confusión, el principio de la especialidad carecería de su mismo

fundamento. Se considera que un adecuado balance entre ambos principios pacificará algunos desatinos que se dan en la jurisprudencia y en ciertas legislaciones (Riofrío, 2003).

6. Principio de la no confusión

Por principio, una marca no puede causar confusión de ningún tipo. Si una marca no se diferencia de otra (confusión marcaria) entonces no hay marca, pues, para que exista, debe tener «*fuerza distintiva*». Pero si una marca confunde al público acerca del origen del producto, de sus calidades, etc. (confusión informativa) entonces sí hay marca, pero nula, por desinformación.

En consecuencia, no debe registrarse el signo que genera un significativo riesgo de confusión en el público, fundamentalmente por dos razones: por el derecho del titular a la individualización de su producto, y por el derecho del consumidor a no ser confundido.

Por el principio de la especialidad, cuando se solicita el registro de dos signos iguales en dos clases distintas, no suele haber riesgo de confusión. No obstante, de existir tal riesgo (v. gr. los generados por una marca notoria cuya fuerza distintiva ha rebasado su clase original), entonces la protección que se confiere a la marca registrada traspasa los límites de la clase donde se registró, y su titular puede oponerse o impugnar el registro del signo que causa la confusión.

Por el principio de especialidad cada marca se relaciona con un producto; por el de no confusión se determina el grado de protección efectiva de la marca.

7. Principio del mínimo uso

Este principio exige que una marca se use mínimamente. Su fundamento vuelve a ser la naturaleza de la marca: una marca no usada, es un signo sin producto, sin público y, consecuentemente, sin fuerza distintiva. Si nunca se la usó, entonces se trata de una marca inexistente; si alguna vez se la usó, pero dejó de usárselo, es una marca disuelta. Por eso, la

disolución opera *ipso facto*, aunque los efectos jurídicos se generen *ipso iure* en una fecha determinada, y la declaración de la caducidad sea realizada con posterioridad.

¿Qué tipo de uso es exigible? El mínimo, el que permita que el público asocie el signo con el producto, es decir, que se den los cuatro elementos de la marca. Por ejemplo, puede realizarse una propaganda masiva de un gato-robot que aún no se ha fabricado pero que «*próximamente aparecerá*»; como se dan todos los elementos de la marca (signo, distintivo, de un producto, frente al público), entonces verdaderamente se está ante una marca. Ciertamente el gato-robot todavía no existe físicamente, pero nadie puede negar que el público tiene en su mente «*un producto*» determinado. Esa existencia intelectual del producto en la mente del público basta -a nuestro juicio- para configurar el mínimo uso.

Ahora bien, acertadamente la doctrina ha precisado que el prototipo de «*mínimo uso*» es la puesta en disposición del público del producto o servicio. Los autores coinciden con esta tesis, pues al poner a disposición del público un producto se aumenta la fuerza distintiva de la marca: el signo termina relacionándose con algo que el público conoce mejor (el producto).

Por último, escuetamente si se relaciona este principio con los demás, pronto se descubren diversas e interesantes conclusiones. Por ejemplo, el principio de territorialidad determina la cuantía del «*mínimo uso*»: la impresión de mil ejemplares de una revista nacional, puede bastar en un país pequeño que tenga tres millones de habitantes, pero no en uno que tenga doscientos. Sobre todo vale relacionar este principio con el siguiente.

8. Principio de la legítima defensa marcaria

Todo el que tiene un derecho también derecho a defenderlo. La legítima defensa fue primeramente proclamada para amparar el más obvio y fundamental de todos los derechos, sin el cual no hay derecho alguno: el derecho a la vida. Posteriormente se traspasó al ámbito procesal y a otras ramas del derecho, como a la marcaria.

La existencia de este derecho no es cuestionada, lo que se cuestiona es su límite. ¿Qué medidas puede utilizarse para la defensa? La respuesta presenta dos puntos de vista: si no

hay colisión de derechos, es permitido utilizar cualquier medio de defensa lícito (acciones administrativas, judiciales, amonestaciones hechas por escrito, etc.); si la hay, entonces la respuesta se complica y se entra a una larga casuística. En principio, la protección de un derecho no puede llegar al extremo de transgredir otro derecho de mayor jerarquía, como los derechos naturales del hombre; a lo sumo se sacrificará un derecho del mismo orden.

Al fundamentarse la marca registrada en el derecho positivo -no en la realidad de su naturaleza- se considera posible registrar «*marcas defensivas*», al menos, mientras no se lo prohíba expresamente. Por el principio de especialidad una marca debe registrarse en una clase; no obstante, para evitar una posible confusión (por el principio de la no confusión) un empresario podría legítimamente solicitar la defensa de su marca, registrándola adicionalmente en una categoría que proteja productos similares. En este caso lo que se defiende es la fuerza distintiva de la marca.

Por esta misma razón se protege de manera excepcional a la marca renombrada, para evitar la confusión del público y la disolución del derecho de su titular (por la pérdida de la fuerza distintiva de la marca): aunque esté registrada en una sola clase, su titular puede oponerse a que otro registre el mismo signo en las demás clases. Y es también esta es la razón por la que el titular de una marca puede oponerse al registro de una marca parecida (no idéntica) en su misma clase.

Lo mismo se dice de las tutelas administrativas y judiciales, en donde se pueden hasta confiscar los bienes que violan el Derecho de Marcas. Como en los casos anteriores, se precautela el derecho a proteger la fuerza distintiva del producto y, concomitantemente, se evita la confusión del público.

9. Principio de la buena fe marcaria

La buena fe es uno de los más importantes principios generales del Derecho. Corolario del principio general es la buena fe marcaria, que empapa todos y cada uno de los actos, procesos y hechos jurídicos que trata nuestra rama y sus relacionadas (derechos de autor, derecho de la información, derecho informático, etc.). La buena fe debe observarse en el registro de toda marca, en el de los nombres de dominio, en un convenio de no oposición, en

el uso de marcas no registradas, en el uso de marcas registradas... en todo acto, en todo contrato, en cualquier país, en cualquier momento... haya o no ley, exista o no disposición a favor o en contra... es un principio general del derecho y debe observarse.

¿Qué es la buena fe? Allá por el siglo I antes de Cristo, el más grande de los abogados que Roma ha tenido en su milenaria existencia, Marco Tulio Cicerón (43 a.C.), sabiamente dijo: *«no tenemos nosotros una idea justa y clara de lo que es verdadero derecho y justicia; nuestras leyes no son más que imágenes y sombras, pero ¡ojalá las guardáramos! Porque son sacadas de los mejores ejemplos de la verdad y de la naturaleza. ¿Qué fórmula más estimable que ésta: 'conviene obrar bien y sin fraude, como se acostumbra entre los buenos'? (...)*»

Windscheid se refiere a la buena fe como la *«honesta convicción»* en el obrar; Bonafante la contrapone al dolo, entendiéndola como *«la ausencia de mala fe»*. Montes dice aún más, y la define como *«la rectitud y honradez en el trato y que se traduce en un criterio o manera de proceder al que las partes han de ajustarse en el desarrollo de sus relaciones jurídicas, y en la celebración, interpretación y ejecución de los contratos.»*

La aplicación de este principio general del derecho es amplísima y resuelve enmarañados dilemas: ¿cómo anular el registro una marca hecho de mala fe sin tener una marca notoria registrada en el país? ¿Cómo hacer prevalecer el derecho que confiere una marca sobre el doloso registro de un nombre de dominio hecho en un Estado donde la marca no estaba registrada? ¿Cómo impugnar una marca registrada a sabiendas de que un tercero tenía ese signo por nombre comercial? ¿Cómo hacer valer los derechos que confiere una marca fuera del país donde fue registrada? ¿Es esto posible? ¿o hay que resignarse? Los más complicados problemas no suelen estar resueltos por las leyes de cada país sino que por lo principios generales del derecho de marcas.

En este sentido, lo anteriormente enunciado no significa que la marca no registrada (marca usada) se encuentre en la desprotección.

Por el contrario en cantidad de casos se ha reconocido valor a la marca usada frente a una que es registrada con posterioridad. Se ha sostenido reiteradamente que este criterio, "de

excepción, funciona cuando un tercero sin escrúpulos pretende inscribir una marca que es usada intensamente por quien no la ha registrado y tiende a evitar que se consuma un despojo contrario a la moral". Lo anterior, no sólo al propósito de evitar maniobras de mala fe de su contrario..." "sino también a los efectos de defender una clientela formada mediante esa utilización".

El uso de una marca en el comercio sin contar con un registro ha sido un motivo suficiente para oponerse con éxito al registro de una marca solicitada con posterioridad al mismo (en los casos de la marcas renombradas o famosas), así como que ha servido de fundamento para solicitar la nulidad de una marca registrada, también posterior etc.

Desde luego, el uso, mediando la oposición al mismo, no tiene ninguna validez y no genera ningún derecho en favor de quien lo ha realizado. Tampoco puede tener valor alguno el uso de una marca confundible con otra anterior registrada, ya que ello implicaría desconocer el derecho exclusivo de una marca legalmente registrada.

El uso, para tener valor, además debe haber sido de una intensidad tal que haya generado una clientela. Este uso no puede haber sido aprovechando el prestigio ajeno o induciendo a error al público por su confusión con otras marcas registradas con anterioridad. Debe ser un uso efectuado sin mala fe.

La marca de hecho puede ser también invocada como sustento para la obtención de una orden de cese de uso temporal o provisional que prevé el art. 50 del Adpic (Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio).

El “goodwill” o prestigio de la marca

El prestigio de la marca conocido en inglés como el goodwill es la función más importante ya que es a través del uso en el comercio así como de la calidad de los productos que se adquiere la misma. El doctrinario Fernandez-Novoa1 concuerda con dicha afirmación y nos manifiesta que en este signo distintivo se va sedimentando la buena fama o prestigio de los productos y servicios para los que se usa la marca (Fernández Novoa, 2001).

Por otro lado Di Cataldo es de la opinión que comercialmente llega un momento en el cual las marcas fungen como un factor capaz de estimular la adquisición, pero no porque de fe, directa o indirectamente, de la calidad del producto, sino porque constituye en sí misma el valor apreciado en el producto (Di Cataldo, 1993).

Así las cosas el goodwill de las marcas es un valor muchas veces difícil de estimar cuando se habla de las marcas famosas y notorias ya que es precisamente el prestigio el factor que viene a determinar la elección del consumidor.

Las marcas registradas y las no registradas

Existen marcas que cuentan con el respaldo jurídico de estar registradas mientras que otras no. Así las cosas, se tiene que las marcas registradas se entienden como las que cuentan con su correcta inscripción ante el Registro de Propiedad Industrial de Costa Rica, por el contrario las no registradas son las que no se han inscrito en ese Registro.

Por lo general, las marcas registradas llevan su signo “MR” o el signo universalmente conocido de ® indicativo de su condición.

Por su parte las marcas no registradas al carecer de dicha calidad no gozan de protección legal frente al uso indiscriminado de terceros.

Marcas de productos

Los orígenes de la marca de productos se remontan al año 5000 a.C. en donde los signos de orfebrería llevan elementos diferenciadores de los demás. Luego se presenta la existencia en el XIX cuando nació la marca de comercio y en Francia propiamente dicho la Ley Francesa de 1858 vino a introducir el concepto de marca de comercio, desde ese entonces el resto ha sido evolución y perfeccionamiento jurídico.

Son las marcas más conocidas y existen debido al comercio en su fase nacional e internacional. En este sentido se puede afirmar que mientras exista comercio existirán las marcas de productos.

Marcas de Servicios

A diferencia de las marcas de productos, las marcas de servicio son más nuevas y a la vez se originan el comercio de servicios internacionales y de las necesidades de identificar y diferencia los servicios ofrecidos por una empresa frente a la competencia. Lo que diferencia a una marca de servicios de otra es la manera en la que el servicio determinado es prestado.

Ambos tipos de marcas cuentan con la misma protección legal. Un dato interesante es que el primer país en otorgarle protección a los servicios fue EE.UU. de América con la sanción de la *Lanham Act* en 1946, en fecha posterior le siguieron Canadá e Italia y Francia en 1964 (Otamendi, 2003).

Resulta vital diferenciar entre el nombre comercial y la marca de servicio. El primero nos indica la empresa o persona que desarrolla el servicio mientras que marca de servicio es indicativa de la manera en la que una persona física o jurídica brinda un servicio y que funge como un elemento diferenciador frente a los servicios de la competencia similares.

Marcas Colectivas

De acuerdo con la OMPI (1997) las marcas colectivas se definen como aquellos signos que distinguen la procedencia geográfica, el material, el modo de fabricación, la calidad u otras características comunes de los productos o servicios de distintas empresas que utilizan la marca colectiva.

Así las cosas, el titular de una marca colectiva por lo general es una asociación a la que pertenecen un cierto número de empresas o bien cualquier otra entidad como lo son las instituciones públicas y las cooperativas.

Dicha institución por lo general emite normas que rigen el uso de la marca colectiva y una copia es necesaria para obtener su registro en cualquier país.

Marcas de certificación

De acuerdo con Otamendi (2003) la marca de certificación lo constituye un signo capaz de ser aplicado solo a productos que se han sometido a un determinado control de calidad y que dicho titular estipula las normas para el uso de las mismas.

Con base en los anterior se puede afirmar que las marcas de certificación le vienen a dar a sus productos ciertos status quo y calidad acerca del origen del producto y de la manera en la que el mismo fue elaborado y producido. La institución que certifica y quien viene a ser el titular de la marca certifica la misma como que ha cumplido con ciertas normas por ellos impuestos.

OMPI (1997) indica que las marcas de certificación por lo general son utilizables en conjunto con las marcas de fábrica de productos determinado, siendo que la etiqueta utilizada como marca de certificación viene a fungir como evidencia de que los productos de la empresa productora cumplen a cabalidad con la normativa del ente regulador.

Marcas Nominativas, figurativas y mixtas

Las marcas nominativas son aquellas constituidas por palabras que pueden tener un significado específico o pueden ser un nombre de fantasía. Por el contrario, las marcas figurativas son aquellas constituidas por dibujos o diseños gráficos; y las marcas mixtas son las que están constituidas, tanto por aspectos nominativos como por aspectos figurativos.

Marcas de Reserva y Defensivas

Las marcas de reserva son aquellas registradas por personas físicas o jurídicas, con el fin de darle un uso posterior a la marca inscrita. Las marcas defensivas son aquellas que se inscriben con el fin de tener un uso exclusivo de ésta y para impedir que terceros vayan a utilizarla.

El uso facultativo de la marca

Se entiende que el uso de las marcas es facultativo ya que la relación entre el producto y su índice de origen o marca es establecida únicamente por el propietario de la última, quien puede utilizarla o no, distinguir con ella siempre el mismo producto o un distinto, variar el contenido de los envases, recurrir, en fin, a cuantas maniobras le aconseje su buena o mala fe, sin que el público tenga otra defensa contra el posible engaño que la que a la larga resulta más eficaz : dejar de comprar.

Por lo anterior el derecho que otorga la propiedad de la marca es sujeto a cambios ya que es un bien capaz de apropiación y puede ser sujeto de todo tipo de acuerdos contractuales.

Aunque el uso de la marca es facultativo, el registro de marca puede ser objeto de cancelación por falta de uso y ello trae a colación el hecho de que el registro de la marca no es el fin principal sino que lo es su uso en el comercio y el logro de los objetivos de su titular.

Derechos que confiere el registro de marca

De conformidad con la Ley de Marcas y otros signos distintivos No. 7978 vigente en Costa Rica el titular de una marca ostenta el derecho de uso exclusivo para los productos y/o servicios protegidos.

En nuestro país el sistema de marcas es atributivo, es decir se reconoce el derecho al poseer un título de marca registrada, y es territorial, es decir un título de marca tienen validez en todo el territorio de la Costa Rica.

En adición al uso exclusivo de la marca el poseer un registro marcario otorga el derecho de defender y oponer su registro ante terceros que lo usen sin el consentimiento del titular, así como al reclamo e daños y perjuicios en sede civil; finalmente el titular de derechos puede acudir a estrados judiciales a fin de obtener el decomiso de las mercaderías falsificadas de conformidad con la Ley de Procedimiento de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 y sus reformas.

Duración

El periodo de protección de la marca en nuestro país es de diez años. El plazo de protección puede ser menor si la misma es anulada, renunciada o cancelada de conformidad con la legislación vigente.

La territorialidad

El registro de una marca es de carácter territorial lo cual implica que su vigencia se circunscribe al territorio nacional Por lo anterior se afirma que las marcas registradas en el

extranjero no gozan del derecho de exclusividad en nuestro país. Existe una excepción y lo es las marcas notoriamente conocidas así como las marcas famosas.

La clasificación de productos y servicios

Costa Rica ha suscrito la Clasificación de Niza que es una clasificación internacional de productos y servicios que se aplica para el registro de marcas de productos y servicios.

La Clasificación de Niza fue establecida en virtud de un acuerdo concluido en la Conferencia Diplomática de Niza de 1957, con el nombre de Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas.

La clasificación de Niza se encuentra compuesta por una lista de clases. En total son 45 (cuarenta y cinco), 34 de ellas se refieren a productos, (como ser clase 5 productos farmacéuticos, clase 1 productos químicos), y las 11 restantes se refieren a servicios (por ejemplo la clase 35 se refiere a servicios de publicidad), Las clases están acompañadas de notas explicativas referente a los productos o servicios que agrupan. También existe una lista alfabética de productos y otra de servicios, en la cual se da la referencia a la clase que pertenecen (son aproximadamente 12000 de productos y 1300 de servicios).

Defensa de la Marca

La falsificación de las marcas se ha convertido en un delito demasiado común a nivel internacional.

Como se ha visto, la marca se constituye como un derecho de Propiedad Industrial, cuya peculiaridad estriba en que es un signo susceptible de representación gráfica, y sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa respecto a los de las demás.

Al constituirse como signo susceptible de representación gráfica, es fácil que dicho signo pueda ser utilizado por otras empresas con la intención, a través de la imitación o copia, de apropiarse de un sector comercial determinado, creando confusión en el mercado, para hacer creer al consumidor medio que dicho producto o servicio es igual o similar al producto que ofrece otra empresa. Se trata, en fin, de adueñarse de una imagen comercial

determinada, afianzada en muchos casos a lo largo de los años, para obtener un beneficio ilícito.

Si como se ha dicho la marca tiene unas funciones básicas, siendo su papel más importante estimular la competencia empresarial y asegurar la transparencia en las transacciones económicas, resulta evidente que el legislador provea de una serie de mecanismos jurídicos para proteger al titular de ese derecho frente a los competidores que pretendan comercializar productos o servicios indebidamente designados con su marca.

La protección de la marca a través de los mecanismos que nos ofrece el legislador conlleva inmediatamente varios efectos. En primer lugar si la marca facilita al público la diferenciación de los productos o servicios de una empresa tanto desde el punto de vista del origen empresarial de los mismos como de su grado de calidad, se hace necesario proteger y salvaguardar los derechos no sólo del empresario amparando una imagen concreta de su empresa, sino también se protege al consumidor de los posibles riesgos de confusión. De esta manera se defiende la competitividad empresarial.

En segundo lugar, la marca cumple una función aglutinando el prestigio de los productos o servicios que identifica. Con el paso del tiempo los productos o servicios que protege una marca adquieren relevancia en el mercado, y lo que debe intentarse es proteger esa relevancia sin que nadie pueda apropiarse.

Medidas Cautelares

El tema de las medidas cautelares se encuentra regulado en la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 y sus reformas.

De conformidad con el artículo 3 de dicho cuerpo legal, previo al inicio de un proceso por infracción de un derecho de propiedad intelectual, durante su transcurso o en la fase de ejecución, la autoridad judicial competente, el Registro de la Propiedad Industrial o el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, según corresponda, adoptará las medidas cautelares adecuadas y suficientes para evitarle una lesión grave y de difícil reparación al titular del derecho y garantizar, provisionalmente, la efectividad del acto final o de la sentencia.

Así las cosas, una medida cautelar solo se ordenará, cuando quien la pida acredite ser el titular del derecho o su representante y presente las pruebas razonablemente disponibles, con el fin de establecer, a su satisfacción, un grado suficiente de certidumbre de que el derecho del demandante es objeto o va a ser objeto inminente de infracción. Antes de ordenar la medida, la autoridad judicial, el Registro de la Propiedad Industrial o el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos, requerirá que quien solicite la medida otorgue garantía razonable o caución equivalente suficiente para proteger al demandado y evitar abusos, así como para no disuadir de manera irrazonable el poder recurrir a dichos procedimientos.

En los procedimientos relativos al otorgamiento de medidas cautelares relacionadas con la observancia de una patente, habrá una presunción refutable de que la patente es válida.

Las medidas cautelares deben ser proporcionales y ello encuentra asidero legal en el artículo 4 del mismo cuerpo legal, que enuncia:

“...Toda decisión que resuelva la solicitud de adopción de medidas cautelares, deberá considerar tanto los intereses de terceros como la proporcionalidad entre los efectos de la medida y los daños y perjuicios que ella puede provocar...”

Tipos de medidas cautelares

El artículo 5 de la Ley de Observancia nos dice que las siguientes medidas se pueden ordenar:

- a) El cese inmediato de los actos que constituyen la infracción.
- b) El embargo de las mercancías falsificadas o ilegales.
- c) La suspensión del despacho aduanero de las mercancías, materiales o medios referidos en el inciso b).
- d) La caución, por el presunto infractor, de una fianza u otra garantía suficiente.

¿Cuál es la finalidad de las llamadas medidas en frontera?

El Acuerdo sobre los ADPI (Parte III Sección IV) regula lo pertinente a las medidas en frontera (artículos 51 al 60). De igual manera resulta aplicable la Sección II de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, Ley No. 8039.

El objetivo de las medidas en frontera es que mediante la intervención del Estado se prevenga la infracción a los derechos de propiedad intelectual. Lo anterior se lleva a cabo previo a la puesta en circulación del a mercancía en el mercado nacional. En algunos casos se puede lograr implementar medidas en frontera cuando el producto se encuentre en el país de origen, ello se puede dar cuando el interesado obtiene información con antelación y puede tomar acciones para obtener la medida cautelar.

En el ADPIC la regulación de medidas cautelares ostenta ciertas previsiones referentes a la adopción de las medidas en frontera en donde se le otorga a las aduanas la obligación de la aplicación de normativa de comercio a fin de prevenir la infracción de los derechos de propiedad intelectual.

Con base en lo anterior la autoridad aduanera interviene únicamente a fin de adoptar una medida cautelar y cuyo acto consiste en retener las mercancías en el intervalo en cual la autoridad competente (judicial o administrativa) se pronuncia sobre el fondo del asunto (si las mercancías son piratas o son marca falsa) o no de marca falsa.

¿En qué consisten las medidas en frontera?

Indica el artículo 11 de la Ley de Observancia que las medidas en frontera consisten en que cuando el titular de un derecho de propiedad intelectual ostente la certeza sobre el arribo o posible despacho de mercancías infractoras ostenta el derecho de solicitarle al Registro de PI, al Registro de Derechos de Autor y Derechos Conexos o bien a la autoridad judicial con jurisdicción la emisión de una medida cautelar a fin de suspender e impedir el despacho de la misma.

A fin de solicitar una medida en frontera la Ley de Observancia que se le debe exigir como mínimo al titular del derecho de propiedad intelectual lo siguiente:

- a) Acreditarse como el titular o el representante de un derecho de propiedad intelectual.
- b) Que otorgue una garantía razonable o caución equivalente, antes de que se dicte la suspensión, que sea suficiente para proteger al demandado y a las autoridades competentes e impedir abusos.
- c) La aportación de información suficiente de las mercancías que razonablemente sea de conocimiento del titular del derecho, de modo que estas puedan ser reconocidas con facilidad por las autoridades competentes.
- d) La aportación de pruebas suficientes que demuestren, a satisfacción de las autoridades competentes, que existe una presunción de infracción de su derecho de propiedad intelectual.

Una vez ejecutada la retención y suspensión del despacho de mercancías, el Registro de la Propiedad Industrial, el Registro Nacional de Derechos de Autor o autoridad judicial procederá a notificar al importador o exportador de las mercancías y al solicitante de la medida.

Las medidas en frontera son una herramienta a favor del titular de derechos de PI que suspenden el acto infractor. Se pueden citar los siguientes supuestos de infracción:

- a) Productos de marca de fábrica o de comercio falsificadas (entendiéndose con ello todo tipo de mercancía que consista en la mera reproducción del signo, que suprima una parte o uno de sus elementos o que altere cualquiera de los elementos gráficos o denominativos).
- b) Mercancías piratas que lesionen el derecho de autor (copias hechas sin el consentimiento del titular o de persona autorizada por él, en el país de producción).
- c) Las infracciones deberán haber ocurrido de conformidad con la Ley.
- d) Podrán establecerse procedimientos análogos a los previstos en esta sección específicamente en respecto a mercancía que suponga otras infracciones de los derechos de propiedad intelectual y a las mercancías destinadas a la exportación.

¿Quién puede adoptar u ordenar las medidas en frontera?

De conformidad con el artículo 10 de la Ley de Observancia la decisión de adoptar u ordenar medidas en frontera corresponde al Registro de la Propiedad Industrial, el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos o la autoridad judicial que dictan una orden de implementación de medidas en frontera a la autoridad aduanera.

Por lo tanto, corresponde a la aduana la verificación del cumplimiento de normas, que fijan requisitos impuestos por otras autoridades en relación con las mercancías. Es la aduana quien se asegura el cumplimiento de requisitos fito y zoonosanitarios. Es la aduana quien debe impedir la salida de las especies de la flora y de la fauna en vía de extinción; impedir la ilícita exportación de bienes que conforman el patrimonio cultural de la nación; participa en la detección de lavado de activos; y cumple funciones de policía judicial frente a delitos fiscales. Además tiene encomendada la tarea de proteger a la propiedad intelectual. La Aduana tiene una ardua tarea ya que debe hacerlo con urgencia y eficiencia pues la salvaguardia de los derechos de los autores, de los artistas, de los titulares de marcas, de patentes, en fin, entraña la protección de otros importantes valores, como: (1) la competencia leal, porque los costos que ahorra el pirata coloca sus productos en posición de ventaja frente a los legítimos; (2) la salud y la vida de las personas, porque el falsificador no garantiza la calidad de sus productos; sólo le interesa la utilidad a costa de cualquier cosa; (3) el cumplimiento de las obligaciones fiscales, porque la piratería y la falsificación están asociadas a la evasión de tributos y a la comisión de otros delitos, como el contrabando, el fraude procesal y el lavado de activos. Es evidente los recursos que pierden los estados, por impuestos directos y al consumo, dejados de percibir por la evasión que entrañan el fraude a la propiedad intelectual. Tratándose de tributos aduaneros, y para no citar sino estos, baste recordar que el precio que el importador debe pagar por razón de cánones o derechos de licencia al titular del derecho de propiedad intelectual, se suma entre otros conceptos al precio de la mercancía, para establecer el valor en aduana de la mercancía, que es la cuantía total sobre la cual se calculan los tributos.

Los requisitos mínimos deben cumplirse para adoptar una medida en frontera:

- a) Que acredite ser el titular o el representante de un derecho de propiedad intelectual; para el caso de derechos de autor y derechos conexos, serán aplicables las presunciones establecidas en el artículo 155 de la Ley de derechos de autor y derechos conexos, N.º 6683, de 14 de octubre de 1982.
- b) Que otorgue una garantía razonable o caución equivalente, antes de que se dicte la suspensión, que sea suficiente para proteger al demandado y a las autoridades competentes e impedir abusos. Esta garantía o caución equivalente no deberá disuadir indebidamente el poder recurrir a estos procedimientos. Dicha garantía podrá tomar la forma de un instrumento emitido por un proveedor de servicios financieros para mantener al importador o dueño de la mercadería importada libre de toda pérdida o lesión resultante de cualquier suspensión del despacho de mercancías, en el supuesto de que las autoridades competentes determinen que el artículo no constituye una mercancía infractora.
- c) Que aporte información suficiente de las mercancías que razonablemente sea de conocimiento del titular del derecho, de modo que estas puedan ser reconocidas con facilidad por las autoridades competentes. El requisito de proveer suficiente información no deberá disuadir, irrazonablemente, el recurso a estos procedimientos.
- d) Que aporte pruebas suficientes que demuestren, a satisfacción de las autoridades competentes, que existe una presunción de infracción de su derecho de propiedad intelectual.

Una vez ejecutada la suspensión del despacho de mercancías, el Registro de la PI, el Registro Nacional de Derechos de Autor o la autoridad judicial la notificarán de manera inmediata al importador o exportador de las mercancías así como al titular del derecho de PI.

El artículo 12 de Ley de Observancia No. 8039 establece los siguientes supuestos en los cuales no proceden las medidas en frontera:

- a) Las importaciones de mercaderías puestas en el mercado nacional por el titular del derecho o con su consentimiento y las importaciones hechas por quienes están autorizados por el Estado o de acuerdo con las leyes del país, una vez que el titular

del derecho o su representante las haya introducido lícitamente en el país o en el extranjero. Este supuesto no constituye ningún acto ilícito que perjudicaría al titular del derecho de propiedad intelectual, por lo anterior no aplica una medida de frontera puesto que no existe una violación de un derecho.

- b) Las cantidades de mercancías que constituyan parte del equipaje personal del pasajero. Las mercancías que forman parte del equipaje personal del pasajero no aplica ya que se presume que son obtenidas de manera lícita y son para uso personal, es decir que NO habrá una comercialización o distribución significativa que implicara un perjuicio al titular del derecho de propiedad intelectual.

Responsabilidades pueden caber contra quienes toman las medidas en frontera

Es necesario que para que se tomen medidas en frontera la Autoridad Aduanera cuente con una orden emitida por el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos o bien por parte del Registro de la Propiedad Industrial en donde se ordene tal medida (artículo 10 de la Ley de Observancia). Lo anterior suspende la asignación de la mercancía a un régimen aduanero regulado por la Ley General de Aduanas y por lo tanto el ingreso de la mercancía al comercio nacional a raíz de su pago de impuestos respectivos.

Las autoridades aduaneras de Costa Rica pueden tomar medidas de oficio decomisando mercancías etc. A nivel personal habiendo ejercido como asesora de la Aduana Santamaría y en la Dirección General de Aduanas puedo comentar que ex-oficio y únicamente tratándose de productos reconocidos han contactado a ciertas empresas para informarles de la intención de ingresar mercancías ante lo cual los titulares marcarios inician de manera expedita acciones para obtener una orden de medidas cautelares. A nivel aduanal es muy curioso lo que sucede ya que los funcionarios como tales retrasan el proceso de ingreso de las mercancías a fin de darle tiempo a los titulares. Ello resulta ser muy interesante pero adverso a la práctica establecida por la ley, y es que la realidad es que en el lapso que se toma obtener una orden con medida cautelar y considerando los requisitos, en ocasiones la mercancía ha ingresado al mercado nacional y la medida en frontera no surte el efecto deseado.

La actuación de oficio por parte de los funcionarios aduaneros se encuentra contemplada por el artículo 16 de la Ley de Observancia, sin embargo, únicamente se podrá emplear cuando la autoridad aduanera tenga “suficientes motivos” para considerar que se vulnera un derecho de propiedad intelectual. De no mediar esa condición especial no se podrá retener el despacho de mercancías.

Ante la realidad del caso conocimiento de los funcionarios aduaneros los mismos se enfrentan ante una disyuntiva, retener mercancías sin contar con los motivos suficientes es serio y que acarrea obligaciones para la autoridad aduanera y en ocasiones prefieren no tomar acción alguna por temor.

Ahora bien, las responsabilidades que caben en contra de quienes ponen en práctica medidas en frontera son:

- a) Enuncia el artículo 16 de la Ley de Observancia que la autoridad aduanera debe informar al titular sobre los derechos que pueden estar infringiéndose
- b) Retenida la mercancía en frontera la autoridad aduanera debe denunciar ante el Ministerio Público la comisión de alguno de los delitos contenidos en la Ley de Observancia.
- c) Lo anterior debe llevarse a cabo en un plazo de 10 días contados a partir del día en que se retuvo la mercancía
- d) De no presentarse la denuncia, la mercancía debe ser devuelta o se le permita su ingreso bajo algún régimen aduanero
- e) Ante lo anterior la Autoridad Aduanera (Dirección General de Aduanas) será responsable por los daños y perjuicios ocasionados conforme a lo dispuesto por la Ley General de la Administración Pública (artículo 16 Ley de Procedimientos)
- f) Además el artículo 18 de la Ley de Observancia enuncia que los daños y perjuicios causados al importadora raíz de una retención infundada serán fijados por la autoridad judicial y dicho pago liquidado en ejecución de sentencia.

Una vez decomisada mercancía o retenida la misma debe figurar en un Almacén Fiscal en donde permanecerá hasta tanto no medie una orden de destrucción o resolución final que

ordene su devolución, es decir, no pueden tomar alguna otra medida hasta que la autoridad judicial se pronuncie sobre el asunto.

En el caso del decomiso de bienes de consumo los mismos son entregados al IMAS para su correspondiente asignación.

Aspectos que dificultan la adopción de medidas en frontera de oficio

Como es sabido el Acuerdo sobre los ADPIC obliga a la autoridad aduanera a ejercer un control adecuado sobre la piratería y la falsedad marcaria en las mercancías que se pretendieran importar o exportar al territorio nacional. Por otro lado la industria respectiva ejerce igual presión.

Lo anterior evidencia la valor de la intervención de las autoridad aduanera al momento de la decisión de permitir el ingreso de mercancías o bien retener las mismas.

La línea que define cuando se aplica una retención o cuando no es muy fina y por lo tanto la autoridad aduanera debe actuar con mucha cautela en especial debido a que la frase “suficientes motivos” es una ambigua. Suficientes motivos dependen de la situación particular y del conocimiento de los funcionarios no solo sobre propiedad intelectual sino que acerca del comercio de productos y el saber diferenciar a la perfección sobre lo que es real y lo que no lo es. Lo anterior es vital en el proceso de determinar si la mercancía es legítima o no y conlleva la decisión final de la destinación aduanera de la mercancía. A continuación se mencionan los impedimentos:

- a) Al recaer sobre los hombros de la autoridad aduanera tan gran responsabilidad como lo es el determinar la carga de impuesto a cancelar, velar por el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios, legitimidad de mercancía etc a fin de salvaguardar los derechos de propiedad intelectual los funcionarios deben contar con una capacitación constante en materia de propiedad intelectual. Por lo tanto una falta de capacitación en materia de propiedad intelectual constituye un obstáculo para la toma de oficio de medidas en frontera. Es importante recalcar que los aforadores como tal NO reciben capacitación en materia de PI ya que hasta

donde he logrado indagar únicamente los funcionarios de la Sección de Normativa y Sección de Técnica Aduanera de la Dirección Nacional de Aduanas reciben algún tipo de capacitación en PI. La capacitación que reciben es superficial. Lo anterior evidencia la carencia de capacitación para los aforadores que son quienes son los que deben inspeccionar la mercancía como primer punto de contacto.

- b) La falta de implementación de un sistema de análisis de riesgos que permita determinar las marcas o productos que son objeto de violación frecuente impide la rápida y correcta identificación de los productos infractores.
- c) La carencia de utilización de filtros informáticos que sirvan como mecanismo detector de operaciones de comercio exterior en las que se vulneran los derechos de la propiedad intelectual constituye otro obstáculo para las medidas en frontera.
- d) La carencia del control aleatorio a ciertos tipos de mercancías se lleva a cabo a nivel de aduanas, siendo que existe ciertas mercancías que son más propensas a inspección por aforadores que otros, creo que debe ampliarse la lista a fin de ejercer un mayor control.
- e) La carencia del suministro de datos de carácter técnico y mucho más precisos por parte de los titulares de DPI a la autoridad aduanera a fin de que cuenten con mayor conocimiento acerca del tipo de delitos, de las corrientes de fraude. Lo anterior sirve como herramienta para crear una colaboración más estrecha entre los titulares y la autoridad aduanera.
- f) La carencia de un mayor control en PI a la hora de exportar, perfeccionamiento activo, perfeccionamiento pasivo, control en almacenes fiscales, ingreso de mercancías a zona franca.
- g) La carencia de conocimiento por parte de funcionarios aduaneros en cuanto a la correcta identificación en materia de etiquetado de productos y su comparación con sus originales adversos!
- h) Mayor labor de coordinación con diversas autoridades sobre la materia de PI.

Registro de PI a Nivel Aduanero

La falta de un registro aduanero de titulares de marcas separado del Registro en donde se paga una tarifa y basados en la lista los funcionarios aduaneros pueden encontrarse más vigilantes a la hora de inspeccionar importaciones a fin de poder diferenciar de manera correcta si la mercancía es original o falsificada etc.

El Registro Aduanero de Propiedad Intelectual debe ser una opción facultativa para aquellos titulares de derechos que deseen obtener una protección adicional y ante lo cual deberán efectuar el pago de un rubro respectivo ante la autoridad aduanera. Dicho Registro de PI debe implementarse en nuestro país en el menor tiempo posible. Algunos de los requisitos que se deben solicitar a los titulares son:

- a) Nombre y domicilio del titular de PI
- b) Copias graficas de las marcas o derechos a vigilar
- c) Copias de los certificados de registro
- d) Números de de la persona de contacto designada por el titular del derecho
- e) Otra información considerada de relevancia por parte del titular sin que se deban presentar demasiados documentos.

El sistema debe ser electrónico y que los archivos sean electrónicos a fin de que se escaneen y los funcionarios aduaneros tengan acceso a los mismos en cualquier aduana del país.

El derecho de autor

¿Qué protege el derecho de autor?

Por su lado, el Derecho de Autor es una disciplina jurídica que regula la especial relación del autor con su creación intelectual, protegiendo el trabajo original y concediendo un derecho exclusivo, que impide a otros la utilización libre de la obra durante un cierto tiempo. Lo que pretende el Derecho de Autor es regular la posición de la obra dentro de la sociedad para alcanzar el mayor equilibrio posible entre los derechos de explotación de la obra y el derecho de acceso a la cultura. Este equilibrio se logra a través del establecimiento

de un límite temporal del derecho exclusivo. Una vez que el plazo legal se ha agotado, la obra protegida entra en dominio público, es decir, se convierte en propiedad pública y puede ser libremente utilizada por cualquiera; así también con el establecimiento legal de excepciones o limitaciones al derecho otorgado.

Existen discusiones doctrinales para lograr determinar su naturaleza jurídica. Esta dificultad se debe a la inmaterialidad del objeto protección y a su doble naturaleza: moral (por la relación intrínseca entre la obra y la personalidad del creador) y patrimonial (la obra constituye un bien que forma parte del patrimonio del creador).

Entre las doctrinas que han encontrado mayor sustento se encuentran: la doctrina del derecho de propiedad, la doctrina del derecho de la personalidad, la doctrina del derecho de bien inmaterial y la doctrina de los derechos intelectuales. Una explicación breve de cada una de ellas se da a continuación:

- a) Teoría del Derecho a la Propiedad: afirma que se trata de un derecho del mismo género que la propiedad, revistiendo caracteres especiales (propiedad especial) en razón del objeto sobre el cual recae. Sin embargo esta teoría ha sido desvirtuada básicamente porque la propiedad común solo vincula los intereses patrimoniales derivados del uso de la cosa poseída, mientras que los derechos intelectuales refieren su protección tanto a intereses económicos como a intereses morales del creador.
- b) Teoría del derecho de la personalidad: sostiene que las obras del ingenio constituyen una manifestación de la personalidad de su creador y por lo tanto se trata de un derecho subjetivo que reconoce la existencia de elementos patrimoniales pero tan solo de carácter accesorio.
- c) Teoría de los derechos intelectuales: La elaboró Piola Caselli, también conocida como Dualista. Se fundamenta en la existencia de un derecho con carácter moral y de un derecho de explotación, coincidiendo con la tesis dualista del Derecho de Autor, en el tanto está compuesto de una parte moral y otra patrimonial. La Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683 (LDADC), establece en el artículo 13 que el autor, independientemente de sus derechos patrimoniales,

conservará sobre la obra un derecho personalísimo, inalienable e irrenunciable denominado derecho moral. Por su lado el artículo 16 del mismo cuerpo legal establece el derecho exclusivo del autor de utilizar su obra, haciendo referencia al derecho patrimonial. De ello se desprende que se concibe al derecho de autor como compuesto, y por lo tanto autónomo, desdoblado en dos derechos: un derecho moral, inserto en los derechos de la personalidad (como resultado de que la obra está impregnada de la personalidad del autor expresada a través de su creación) y un derecho patrimonial de explotación (sobre la forma de expresión de la obra).

El proceso de inscripción de las obras audiovisuales es meramente declarativo y se otorga una protección por un plazo de 70 años post-mortem auctoris.

En todo caso, si un autor o titular quiere registrar su obra debe atender lo establecido en los artículos 102 al 116 de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos No. 6683.

Según la Ley, para inscribir una obra, el interesado debe presentar ante el Registro una solicitud escrita con los siguientes requisitos:

- a) Nombre, apellidos y domicilio del solicitante, indicando si actúa en nombre propio en representación de alguien, en cuyo caso deberá acompañar certificación de esto e indicar el nombre, apellidos y domicilio del representado.
- b) Nombre, apellidos y domicilio del autor, del editor, y del impresor, así como sus calidades.
- c) Título de la obra, género, lugar y fecha de publicación y demás características que permitan determinarla con claridad. También una descripción de la misma.
- d) Declaración Jurada de autoría. Si es extranjero, debe aportar copia del documento que lo acredite como tal.
- e) Si la obra tiene dibujos o fotografías, se debe aportar el nombre del autor con calidades completas y derechos que le corresponden.
- f) Se debe indicar el género de la obra (artístico o literario).
- g) Título de la obra, con una descripción breve del contenido de la misma.

- h) Indicar si es una obra publicada, divulgada o inédita.
- i) Si la obra es inédita debe venir escrita a máquina, sin enmiendas, raspaduras ni entrerrenglonados y el ejemplar debe venir con la firma del autor y ésta autenticada.

Además para ciertas obras:

- a) Una relación detallada del argumento, diálogo, escenario y música
- b) Nombre y apellidos del argumentista, compositor, director y artistas principales.
- c) El metraje de la película.
- d) Si es software un ejemplar en CD.

¿Cómo surten los efectos de los derechos de autor?

El registro de actos y documentos en el RNDA se hará por medio de solicitud, la cual deberá ser autenticada por un abogado. Al ser aceptada tal inscripción y una vez asentada en el libro o libros del Registro, el interesado deberá firmarla. (Artículo 105).

Efectuada la inscripción, el Registrador expide y entrega de inmediato un certificado a la persona que realizó la inscripción de la obra. En el certificado se hace constar la fecha, el tomo, el folio, en que se hizo el registro, el título de la obra registrada, el nombre, apellidos y domicilio del autor, coautores, traductor, adaptador, colector, editor y causahabientes, así como cualquier otro elemento relevante o característica que contribuya para identificar la obra, además del sello y firma del Registrador.

Aceptada la solicitud de inscripción por estar a derecho, el registrador ordenará la publicación de un edicto resumido en el diario oficial. Pasados treinta días hábiles sin oposición, se procederá a inscribir la obra a favor del solicitante. (Art. 113).

Según el artículo 106 se determina que toda persona física o jurídica, pública o privada responsable de reproducir una obra por medios impresos, magnéticos, electrónicos, electromagnéticos o cualquier otro, deberá depositar, durante los ocho días siguientes a la publicación, un ejemplar de tal reproducción en las: bibliotecas de la Universidad Estatal a Distancia, Universidad de Costa Rica, Universidad Nacional, Asamblea Legislativa,

Biblioteca Nacional, del Ministerio de Justicia y Gracia, la Dirección General del Archivo Nacional, el Instituto Tecnológico de Costa Rica y el Registro Nacional de Derechos de Autor y Derechos Conexos. El ejemplar para el registro precitado deberá acompañarse con los documentos de recibo de las otras instituciones. De incumplirse la entrega de la copia a alguna de esas organizaciones se sancionará con multa equivalente al valor total de la reproducción.

Sin embargo cuando se trata de una obra inédita, basta con presentar un solo ejemplar de ella en copia escrita a máquina, sin enmiendas, raspaduras, ni enterrrenglonados; con la firma del autor, autenticada por un abogado.

Para la tutela de las obras, el Registro Nacional de Derechos de Autor puede decidir realizar medidas cautelares para evitar que el daño se agrave o se entorpezca el procedimiento judicial.

A la vez, las infracciones al Derecho de Autor están protegidas por la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual.

Los Secretos Industriales

Finalmente, se presenta un componente de más reciente tutela, cual es el sistema de protección de los llamados conocimientos técnicos o secretos industriales, que serán objeto de análisis de este estudio. Se puede mencionar que el sistema de protección de los secretos industriales, no es tan divulgado como lo es el sistema de marcas, patentes o el derecho de autor, pero no por ello de menor importancia. Lo cierto es que hoy en día, sobre todo a escala empresarial, se está tomando activa conciencia del innegable valor que los secretos industriales revisten.

Justamente el carácter secreto de estos activos es lo que los hace ser en muchos casos más valiosos que otros activos tanto más publicitados, como las marcas, patentes o bien el derecho de autor. Como una aproximación del concepto de los secretos industriales, se puede mencionar que consisten en el conjunto de técnicas o procedimientos industriales descubiertos, creados y desarrollados por una empresa y que generalmente no llegan a tener

suficiente entidad para ser tutelados mediante el sistema de las patentes de invención, modelos o diseños, pero que poseen un valor determinado por cuanto permiten a dicha empresa lograr una determinada ventaja competitiva sobre sus similares. Debido a lo anterior, a la empresa le interesa mantener el carácter de secreto de dicha información, por cuanto constituye a manera de ejemplo, una tecnología empleada o bien un método de comercio desarrollado. En forma muy generalizada se le conoce como know-how o como en la actualidad, en la mayoría de legislaciones de nuestros países, se le denomina Información no Divulgada (¡pésima denominación!) o hasta Información Confidencial.

Así las cosas, el derecho se interesa por la protección de dichos activos, por su alto valor para el mundo empresarial, como se dijo y es fácilmente comprobable por la creciente inclusión de estos activos, dentro del clausulado general de contratos comerciales entre las empresas (Cabanellas de las Cuevas, 1984).

Como respuesta a esta realidad, muchos países, sobre todo aquellos de una poderosa industria, iniciaron un proceso expreso de regulación sobre la materia, que desembocó en la inclusión del tema dentro de los ADPIC o TRIPS. Nuestra región centroamericana no ha escapado a dicha influencia y como consecuencia de las obligaciones impuestas con la ratificación de dicho cuerpo jurídico multilateral, se ha iniciado un proceso de legislación sobre el tema de la Información no Divulgada o los Secretos Industriales.

Se puede encontrar múltiples definiciones de lo que comúnmente se llama Secretos Industriales, Información no Divulgada, Conocimientos Técnicos, Información Confidencial o bien know-how. Según se constata la doctrina y los cuerpos legales existen utilizan estos términos sin distinción alguna entre ellos.

En general las definiciones se refieren a:

“... un conjunto de conocimientos, información organizada de ellos, que pueden ser transferidos por constar en soportes materiales; que otorga a una empresa ciertas ventajas frente a la competencia o a la posibilidad de permanecer en el mercado en situación similar a la de los competidores; y que se mantiene oculto” (Pérez Miranda, 1991, p.551).

Otra definición un poco más completa se encuentra en Ramella (1913), para quien el secreto industrial consiste en ciertas cualidades o disposiciones de cada industria encaminadas a una mejor producción al emplear aparatos o procedimientos de los cuales se mantiene en secreto su existencia y forma para no facilitar a los demás competidores. A manera de ejemplo, señala la elección de ciertos grados de temperatura, de ciertos métodos para el calor y su duración o simples manipulaciones que producen resultados notables. Conjuntamente indica los procedimientos técnicos secretos o aparatos a agentes, desconocidos para otros fabricantes de la misma industria y que conducen a un nuevo resultado industrial o a un progreso técnico.

Con respecto al Secreto Industrial, expresa que es un producto de la actividad intelectual del comerciante, cuyo carácter constitutivo se considera que son:

“... las particularidades o singularidades características de un negocio, que son el resultado de experiencias especiales, de la actividad profesional de su titular, y las cuales lo colocan en una favorable situación comercial respecto a los concurrentes” (Pérez Miranda, 1991, p.551).

Así enumera las indicaciones sobre el número del personal, sobre el importe de los salarios, sobre el modo de retribución, de las horas de trabajo, entre otras.

Por su parte Herbert Stumpf, para referirse al secreto industrial hace uso de la común denominación de “know how”, cuya generalizada traducción al español es “saber cómo” o bien “saber hacer”. Sin embargo, realiza una distinción entre el know-how técnico o también llamado industrial y el know-how comercial. El primero lo define como:

“... conocimientos y experiencias de orden técnico, comercial y de economía de empresa, cuya utilización le permite, llegado el caso, le hace posible al beneficiario no solo la producción y venta de objetos, sino también varias actividades empresariales tales como organización y administración” (Stumpf, 1984, p.12).

En relación con el know-how comercial, establece que:

“puede constituirse en un complemento valioso del saber técnico resaltando que “la conexión puede llegar inclusive al punto que el know-how técnico carezca de valor para el otro contratante, si no se transmite al mismo tiempo el know-how comercial” (Stumpf, 1984, p.12).

Otra definición que cabe destacar es la del autor español José Antonio Gómez Segade (1974), quien distingue tres grupos de secretos:

- a) Secretos atinentes al sector técnico-industrial de la empresa, dentro de los cuales señala procedimientos de fabricación, reparación o montaje, prácticas manuales para la puesta en punto de un producto, entre otros.
- b) Secretos relativos al sector puramente comercial de la empresa que suponen un elemento básico de la organización empresarial. Aquí figura la lista de clientes, de proveedores, la creación de sistemas de ventas y de campañas de publicidad, los documentos de cálculo de precios, etc. De los anteriores, Gómez Segade determina que el secreto comercial por excelencia es la lista de clientes, en virtud de que “el esfuerzo de los empresarios se concentra en realizar el mayor número posible de transacciones, por lo que el conseguir una clientela supone en buena medida la culminación de su actividad empresarial: cuanto mayor será la superioridad desde la misma sobre sus competidores” (Gómez Segade, 1974).
- c) Secretos empresariales concernientes a otros aspectos de la organización interna de la empresa y relaciones de la misma cuyo conocimiento sería valioso para los competidores, pero que en ningún caso representan bien en sí mismos. Dentro de este grupo incluye las relaciones con el personal de la empresa, situación financiera de la empresa, el proyecto de celebrar un contrato, entre otros.

Características de conformidad con la Ley de Información No Divulgada

No todo tipo de información puede o merece considerarse como un secreto industrial. Según la doctrina más generalizada, una información no puede ser protegida si es conocida

por un experto en la materia o si no hay evidencia sobre el valor actual o potencial que pueda tener.

La información que constituye un secreto industrial debe necesariamente reunir cuatro características principales, a saber:

- a) Que la información sea totalmente desconocida, excepto para su titular.
- b) Que tenga un valor económico por sí misma.
- c) Que su conocimiento constituya una ventaja competitiva entre competidores del mismo sector, que le permita obtener un mejor resultado o realizar una más eficiente o lucrativa gestión empresarial (Armstrong y Kotler, 1998).
- d) Que activamente sea considerada y guardada como secreta.

Además, es necesario tomar en cuenta qué tan difícil sería para terceros lograr obtener la misma información a través de la ingeniería inversa¹ mediante inspección o por medio de la investigación y el desarrollo propios e independientes.

En consecuencia, la protección jurídica que se decida otorgarle al know-how o secreto industrial, está relacionada con dos elementos claves, que a su vez forman parte de sus características: el secreto y el valor económico. Para determinar cuándo una información puede considerarse secreta, son utilizados habitualmente dos criterios: el del secreto objetivo y el del secreto subjetivo.

El primero requiere que la información para la cual se busca protección no esté disponible para el público en general ni sea de fácil descubrimiento, mientras que el segundo implica que el titular de la información confidencial haya tomado todas las medidas razonables y necesarias para evitar su revelación no autorizada, lo que significa que debe ser guardado en absoluto secreto. Puede ser revelado a otras personas sólo bajo el compromiso de confidencialidad, y más aún, el poseedor del know-how debe proveer adecuadas medidas

¹ Es el método mediante el cual se puede obtener el mismo resultado alterando el orden, la dirección o la disposición de los conocimientos científicos o industriales, es decir, aplicando la técnica industrial utilizada pero de forma revertida.

de seguridad para impedir que terceros logren acceder a su secreto sin su conocimiento o autorización.

La forma y manera en que ha de expresarse la voluntad de mantener el secreto, depende de las circunstancias de cada caso concreto. La forma más clara es con la suscripción de un contrato de confidencialidad o la inserción de una cláusula de confidencialidad en el contrato respectivo, con lo cual se impone la obligación de mantener en silencio la información clasificada como secreta y de la cual se tiene conocimiento en virtud de una relación de trabajo. La cláusula debe determinar con exactitud el objeto del secreto.

La voluntad expresa de mantener el secreto puede a su vez manifestarse por medio de instrucciones orales por parte del empleador a sus empleados o a terceros que contraten con él. En este caso, existe el deber de confidencialidad, dado que el empleado o el tercero conocen la voluntad del titular de la información de mantenerla en reserva. Estas instrucciones convienen que sean dadas por medio de notas que acompañen dibujos, diseños o documentos que incorporen el objeto del secreto, en las cuales se hace constar que no debe divulgarse su contenido.

Respecto de lo anterior, vale mencionar que nuestro Código de Trabajo, en su artículo 71 inciso g), dispone que es obligación del trabajador guardar rigurosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concorra directa o indirectamente, o de los cuales tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecute; así como de los asuntos administrativos reservados, cuya divulgación pueda causar perjuicios al patrono. A su vez, el artículo 81 del mismo código establece en su inciso e), que cuando el trabajador revele los secretos a que alude el inciso g) del artículo 71, puede ser despedido sin responsabilidad patronal.

Así entonces se tiene que todo lo anterior responde al cuasi-contrato de Competencia Desleal, mediante el cual no sería justo que una tercera persona se apodere de información que no le corresponde y mediante la cual entonces generaría para sí un enriquecimiento sin causa.

Así las cosas pueden llegar a haber diversos tipos de secretos industriales. De acuerdo con el autor Rafael Pérez Miranda, es posible clasificarlo en distintas categorías (Pérez Miranda, 1991, p.498):

- a) Secretos Industriales no patentables que pueden llegar a serlo. Se trata de avances en una investigación o en el desarrollo experimental de una investigación, que tiene muchas probabilidades de transformarse en un invento patentable, pero que aun no lo es. Estos conocimientos pueden ser transmitidos a un laboratorio, a un organismo, a otra empresa o a varias de estas instituciones, con cláusula de confidencialidad, para que logre una rápida culminación del proceso inventivo.
- b) Secretos Industriales no patentables por prohibición legal. En algunos casos la ley prohíben el que se patenten algunos productos o procesos. La transferencia de estos conocimientos con cláusula de confidencialidad, e inclusive su sola explotación, estaría provocando en principio una violación legal.
- c) Secretos Industriales patentables pero no patentados. Se trata de inventos que reúnen todos los requisitos para obtener una patente, respecto de los cuales el titular ha optado por mantener en secreto. En algunos casos porque desea evitar la publicidad y la pronta exigencia de que comience a explotar la patente, en otros por estrategia de mercado, o porque teme un plagio que no podría evitar. De acuerdo a Pérez Miranda, a éstos es lo que se le denomina secreto industrial en sentido estricto.
- d) Secretos Industriales que no reúnen el nivel necesario para no ser considerados una invención. Su mantenimiento en secreto por el titular pareciera ser un derecho similar a los demás derechos comerciales o industriales que guarda cualquier empresa, pero su negociación bajo cláusulas de confidencialidad podría ser considerada como una práctica monopolística.
- e) Secretos Industriales complementarios de una patente. Por último, puede suceder que el titular de una invención en el momento de solicitar su registro se reserve parte de la información, y con posterioridad negocie la patente y simultáneamente los conocimientos técnicos mantenidos en secretos con cláusula de confidencialidad.

Por otro lado es importante mencionar que el secreto industrial y la patente se encuentra en íntima relación, en virtud de que ambos cumplen, aunque de forma diferente, la finalidad de proteger creaciones industriales. Mientras que la patente sólo puede concederse para creaciones que reúnen ciertos requisitos -novedad, nivel inventivo y aplicación industrial-, el secreto industrial puede proteger cualquier creación a la cual únicamente se le exige el requisito del carácter reservado.

A pesar de que ambos derechos cumplen, al menos en principio, con finalidades similares, su estructura y régimen jurídico son fundamentalmente diversos.

Por un lado, como se explicó la patente garantiza a su titular el disfrute exclusivo del objeto de la invención por un tiempo determinado. En definitiva, la patente supone un monopolio legal, porque se considera como la forma más eficaz de lograr que la generalidad se beneficie de nuevas creaciones técnicas.

Por el contrario, el secreto industrial no supone un monopolio legal ni una propiedad. Sólo se encuentra protegido en tanto el conocimiento se mantenga oculto y esto dependerá de cuanto dure el carácter secreto de la creación industrial que constituye su objeto.

El objeto del secreto industrial puede también estar constituido por conocimientos técnicos que supongan un progreso técnico y que, por lo mismo, encierren una actividad creadora de menor o mayor grado, o bien, puede tratarse de una técnica ya conocida, pero que los competidores ignoran que se utiliza en una determinada empresa. Por lo tanto, no es indispensable el carácter original del conocimiento técnico, sino que el secreto puede versar sobre una aplicación nueva o distinta de algo ya conocido o que se creía superado. En tanto los competidores ignoren este dato, el que explote ese conocimiento disfrutará de una ventaja competitiva que lo colocará en una posición de superioridad en el mercado.

El titular de un secreto industrial no dispondrá de un derecho de exclusividad frente a terceros. No podrá oponerse al uso del secreto por parte de un tercero, si este último adquiere el conocimiento por medios lícitos, es decir otra persona puede desembocar en el mismo resultado y el primero no puede oponerse. El ordenamiento jurídico solo concede una

protección al titular del secreto cuando este le es sustraído de una forma contraria a la ley o a los usos comerciales honestos.

Por otro lado, el secreto industrial y la patente se excluyen recíprocamente, esta última supone la revelación de su objeto, mientras que el secreto presupone que se mantiene oculto el objeto del mismo. Esta exclusión recíproca significa que no cabe una protección simultánea de patente y secreto industrial, en forma paralela.

Cuando la información es producto de un acto inventivo, novedoso, susceptible de aplicación industrial, que reúne una serie de requisitos, puede lograr un reconocimiento especial que se materializa en el otorgamiento de una patente. El contenido fundamental de esta concesión es, generalmente, un derecho subjetivo denominado “exclusiva” o “derecho exclusivo de explotación”, el cual puede ser objeto de cesión o licencia, oponible *erga omnes*, y que implica la posibilidad de realizar una actividad económica disfrutando de una situación monopólica por un tiempo determinado.²

Sin embargo, quien logra esta información tecnológica puede optar por mantenerla en secreto y obtener los mismos beneficios de exclusividad, pero sin derecho a demandar la protección legal predefinida. En este caso, se está frente al Secreto Industrial. En el momento en que se ha alcanzado una creación técnica de cualquier tipo no susceptible de ser patentada por no reunir los requisitos indispensables, la única alternativa posible es proteger dicha creación mediante el Secreto Industrial.

Puede suceder también, que un Secreto Industrial pueda obtener la protección que le confiere una patente por cumplir con los requisitos legales de novedad, nivel inventivo y aplicación industrial. Ante esta situación, debe tenerse en consideración las diferencias existentes entre cada una de estas formas de protección.

En el caso de la patente, aún cuando esta concede una protección más amplia y eficaz que el secreto industrial, presenta respecto de este último ciertas diferencias que conviene poner de manifiesto. En primer lugar, la necesidad de divulgar el conocimiento es una

² A manera de ejemplo ver Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad y sus Reformas, de la República de Costa Rica, n° 6867 de 13 de junio de 1983, artículo 17.

condición indispensable para conceder la patente, debido a que se debe dar una descripción detallada y suficiente de la invención. Así entonces:

“la descripción deberá especificar la invención de manera suficientemente clara y completa, para poder evaluarla y que una persona versada en la materia técnica correspondiente pueda ejecutarla ...” (Art 6 inciso 4, Ley N°6867).

Por el contrario, es requisito imprescindible del secreto, su carácter reservado y oculto. En segundo lugar, la patente tiene una protección temporal limitada que varía según la legislación de cada país. En el caso de Costa Rica, la vigencia de la patente es de veinte años, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud (Art 17, Ley N°6867).

El secreto industrial por su parte, no tiene una duración predeterminada, sino que es potencialmente indefinida, y dejará de existir cuando se produzca su divulgación, su descubrimiento o su registro como patente.

Otra diferencia notable consiste en que para la obtención de la patente, el solicitante debe realizar una serie de trámites administrativos, que pueden ser largos y complejos. En cambio para gozar de la protección dispensada por el ordenamiento jurídico, el secreto no está sujeto a ningún trámite administrativo.

Las diferencias mencionadas con anterioridad pueden traducirse en desventajas de la patente frente al secreto industrial. No obstante, conviene recordar que el secreto industrial, a su vez, presenta un grave inconveniente: su precariedad.

Así como puede mantenerse durante mucho tiempo oculto, es posible que desaparezca rápidamente por causa de su divulgación, con o sin el consentimiento de su titular. Igualmente, el titular de una patente disfruta de una protección más enérgica y efectiva que la que se dispensa al poseedor del secreto industrial, en el sentido de que en el primer caso el titular goza de la explotación exclusiva de la invención amparada por la patente con fines

industriales o comerciales. Estos datos serán decisivos a la hora de optar por una u otra forma de protección.

Así entonces se puede concluir que al proteger el secreto industrial se pretende proteger al empresario frente a un ataque contra un bien inmaterial del que es poseedor. No proteger el secreto industrial supondría alentar a los competidores a apropiarse de los frutos del esfuerzo ajeno. Tal situación violaría claramente los principios de lealtad que deben presidir la competencia.

La falta de protección del secreto industrial y en consecuencia, su divulgación o destrucción, supondrían la desaparición de su valor económico que representa para su poseedor. En esto precisamente estriba la diferencia entre el secreto y otros tipos de secretos, como los profesionales. La protección de estos últimos se apoya en consideraciones personales que son totalmente ajenas al secreto industrial, cuya violación representa fundamentalmente una lesión patrimonial.

Ciertamente el ordenamiento jurídico no podrá conceder un derecho absoluto al poseedor del secreto industrial; en consecuencia su titular tendrá que soportar que un tercero llegue a conocer el secreto mediante trabajos independientes. Pero esto no supone ningún ataque al bien inmaterial del empresario, sino que tan solo es el resultado de la actividad competitiva, que, al igual que el ejercicio de la empresa, es en cierto modo aleatorio. Lo que supone un ataque al bien inmaterial representado por el secreto es su adquisición por medios ilícitos o su divulgación o utilización quebrantando la confianza. En estas situaciones debe intervenir el ordenamiento jurídico para garantizar al empresario que otros no exploten deslealmente el resultado de su trabajo.

Es importante rescatar que un bien inmaterial 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 especial.” (Gómez Segade, 1974, p.74).

Protección de los Secretos Industriales en Costa Rica

Actualmente existe una total ausencia de normas sobre la protección del secreto industrial en los convenios internacionales. Sin embargo, se han hecho intentos de interpretar el Convenio de París sobre Protección de la Propiedad Industrial, de manera tal que haría relevantes para la protección del *know-how* algunas de sus disposiciones. Más recientemente, la protección del Secreto Industrial ha sido incluida en el Acuerdo sobre los aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio ADPIC.

a) El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial

Es discutible si el artículo 10 bis del Convenio de París resulta aplicable a la protección del *know-how* o secreto industrial. El artículo indicado regula la represión de la competencia desleal, lo cual constituye únicamente un elemento complementario que la Convención trata de lograr para la protección de la propiedad industrial. En realidad, sirve para reforzar la protección, en la medida que establece, para una infracción particular, remedio que no está disponible en las normas generales de propiedad industrial. Sin embargo, en virtud de que el *know-how* no es visualizado como una categoría especial de la propiedad industrial, no puede considerársele alcanzado por el Convenio, ni aún por su artículo 10 bis, relativo a la competencia desleal. En su artículo 10 bis, el Convenio de París señala que:

“... todo acto de competencia contrario a las practicas honestas en materia industrial o comercial constituye un acto de competencia desleal”.

Luego enumera tres ejemplos de tales actos que tienen que ver con:

- a) Actos factibles de crear confusión, por cualquier medio, respecto del establecimiento, los productos o la actividad comercial o industrial de un competidor, como el uso de marcas o nombres comerciales similares;
- b) Actos relativos a invocaciones falsas, sobre la marcha de los negocios y que puedan desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad de un competidor;
- c) Indicaciones factibles de engañar al público respecto de la naturaleza o características de los productos involucrados.

Es evidente, que ninguno de estos actos tiene directa vinculación con el secreto industrial, ni por su naturaleza, corresponden a las especificidades de la información secreta.

b) El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

Las previsiones sobre la protección al know-how o secreto industrial se encuentran contenidas en la sección séptima de la parte segunda del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

El ADPIC exige por primera vez que en la historia del Derecho Internacional Público, que la Información No Divulgada, tales como secretos comerciales o conocimientos tecnoprácticos (*know-how*), obtengan protección (OMC; 1996).

En síntesis, la sección séptima de la parte segunda del ADPIC, titulada “Estándares relativos a la disponibilidad, alcance y uso de los derechos de propiedad intelectual”, no parece implicar la existencia de un derecho de propiedad sobre la información no divulgada. El artículo 39 se limita a proteger al secreto industrial de revelaciones, adquisiciones o usos que contraríen las prácticas comerciales honestas. En lo esencial, la disciplina de la competencia desleal busca la protección tanto de la propiedad industrial como de la información secreta, pero la extensión con que la propiedad industrial es protegida es ciertamente diferente de la que corresponde a la información confidencial.

Como se ha mencionado, el Acuerdo sobre los ADPIC ha sido transpuesto o bien influenciado la génesis de diferentes cuerpos jurídicos en diversos países, siendo que Costa Rica prácticamente copió el ADPIC.

Así, se puede citar la Ley de Información No Divulgada de Costa Rica (Ley N° 7975), la cual señala lo siguiente, en Artículo 2:

“ARTÍCULO 2.- *Ámbito de protección*

Protégese la información no divulgada referente a los secretos comerciales e industriales que guarde, con carácter confidencial, una

persona física o jurídica para impedir que información legítimamente bajo su control sea divulgada a terceros, adquirida o utilizada sin su consentimiento por terceros, de manera contraria a los usos comerciales honestos, siempre y cuando dicha información se ajuste a lo siguiente:

- a) Sea secreta, en el sentido que no sea, como cuerpo ni en la configuración y reunión precisas de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible para las personas introducidas en los círculos donde normalmente se utiliza este tipo de información.*
- b) Esté legalmente bajo el control de una persona que haya adoptado medidas razonables y proporcionales para mantenerla secreta.*
- c) Tenga un valor comercial por su carácter de secreta.*

La información no divulgada se refiere, en especial, a la naturaleza, las características o finalidades de los productos y los métodos o procesos de producción.

Para los efectos del primer párrafo del presente artículo, se definirán como formas contrarias a los usos comerciales honestos, entre otras, las prácticas de incumplimiento de contratos, el abuso de confianza, la instigación a la infracción y la adquisición de información no divulgada por terceros que hayan sabido que la adquisición implicaba tales prácticas o que, por negligencia grave, no lo hayan sabido.

La información que se considere como no divulgada deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros elementos similares.”

Algunos de los artículos más importantes – aparte del anteriormente citado - que ayudan a configurar el sistema de protección a los Secretos Industriales en Costa Rica, son los siguientes:

ARTÍCULO 1.-Objetivos

Son objetivos de la presente ley:

- a) *Proteger la información no divulgada relacionada con los secretos comerciales e industriales.*
- b) *Contribuir a promover la innovación tecnológica y la transferencia y difusión de la tecnología, en beneficio recíproco de productores y usuarios, de los conocimientos tecnológicos, de modo que favorezcan el bienestar socioeconómico, así como el equilibrio de derechos y obligaciones.*

ARTÍCULO 2.-Ámbito de protección

Protégese la información no divulgada referente a los secretos comerciales e industriales que guarde, con carácter confidencial, una persona física o jurídica para impedir que información legítimamente bajo su control sea divulgada a terceros, adquirida o utilizada sin su consentimiento por terceros, de manera contraria a los usos comerciales honestos, siempre y cuando dicha información se ajuste a lo siguiente:

- a) *Sea secreta, en el sentido de que no sea, como cuerpo ni en la configuración y reunión precisas de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible para las personas introducidas en los círculos donde normalmente se utiliza este tipo de información.*
- b) *Esté legalmente bajo el control de una persona que haya adoptado medidas razonables y proporcionales para mantenerla secreta.*
- c) *Tenga un valor comercial por su carácter de secreta.*

La información no divulgada se refiere, en especial, a la naturaleza, las características o finalidades de los productos y los métodos o procesos de producción.

Para los efectos del primer párrafo del presente artículo, se definirán como formas contrarias a los usos comerciales honestos, entre otras, las prácticas de incumplimiento de contratos, el abuso de confianza, la instigación a la infracción y la adquisición de información no divulgada por

terceros que hayan sabido que la adquisición implicaba tales prácticas o que, por negligencia grave, no lo hayan sabido.

La información que se considere como no divulgada deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros elementos similares.

ARTÍCULO 3.-Competencia del Registro de la Propiedad Industrial

Lo referente a lo dispuesto en el último párrafo del artículo 2 de esta ley, será custodiado por el Registro de la Propiedad Industrial adscrito al Registro Nacional, según la Ley No. 5695, Creación de la Junta Administrativa del Registro Nacional, de 28 de mayo de 1975. El Poder Ejecutivo reglamentará todo lo concerniente al depósito del soporte de la información que se considere como no divulgada, para lo cual adoptará todas las medidas necesarias para impedir su divulgación a terceros.

ARTÍCULO 4.-Información excluida de protección

Esta ley no protegerá la información que:

- a) Sea del dominio público.*
- b) Resulte evidente para un técnico versado en la materia con base en información disponible de previo.*
- c) Deba ser divulgada por disposición legal u orden judicial.*

No se considerará que entra al dominio público la información confidencial que cumpla los requisitos del primer párrafo del artículo 2 de esta ley y haya sido proporcionada a cualquier autoridad por quien la posea, cuando la haya revelado para obtener licencias, permisos, autorizaciones, registros o cualquier otro acto de autoridad, por constituir un requisito formal. En todo caso, las autoridades o entidades correspondientes deberán guardar confidencialidad.

ARTÍCULO 10.- Protección

La protección de la información no divulgada no otorga derechos como una patente; se caracteriza por otorgar un derecho limitado de propiedad en cuanto a su posesión y usufructo, siempre y cuando se cumplan las condiciones señaladas en el primer párrafo del artículo 2 de la presente ley.

Sin duda alguna uno de los artículos más contradictorios es el 3 que dicta quizá un procedimiento para el Registro de la Propiedad Industrial, siendo que los secretos industriales no otorgan un derecho de exclusividad y deben permanecer en manos del titular, ni siquiera resguardados por autoridad administrativa alguna.

El proceso de registros sanitarios en Costa Rica

La última rama de la propiedad intelectual, quizás no ligadas directamente pero si se encuentran muy relacionadas son los registros sanitarios.

Los alimentos, al igual que los medicamentos, cosméticos, equipo y material biomédico, productos naturales, productos higiénicos, químicos peligrosos - representan un capítulo decisivo y problemático del comercio internacional, y su calidad depende directamente de las prácticas comerciales generales, la legislación y las prácticas de control sanitario vigentes en cada país.

Es cada vez mayor en el mundo la preocupación por la inocuidad, la contaminación del medio, la adulteración, las prácticas comerciales deshonestas en relación con la calidad, cantidad de presentación del producto, las pérdidas y, en general, la mejora de la calidad de la alimentación y el estado de nutrición de la población. Por ello el Ministerio de Salud de Costa Rica, es la autoridad sanitaria competente para efectuar el control higiénico-sanitario o control higiénico-nutricional de estos productos en el territorio nacional.

¿Cómo se vincula el Registro Sanitario con los acuerdos de organismos internacionales?

El Acta final de la Ronda Uruguay contiene un Acuerdo para establecer la Organización Mundial del Comercio (OMC), que entró en vigor el primero de enero de

1995. A su vez el Acuerdo para el establecimiento de la OMC incorpora una serie de decisiones, declaraciones ministeriales, las reglas del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) y todos los Acuerdos de la Ronda Uruguay, incluyendo el de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (SFC).

Las normas, códigos de prácticas y directrices del *Codex Alimentarius* concernientes a los aditivos alimentarios y contaminantes de los alimentos, los residuos de plaguicidas, los residuos de medicamentos veterinarios y las medidas relativas a la higiene de los alimentos - adoptados en las normas costarricenses y en el Procedimiento del Registro Sanitario de especialmente alimentos, han sido reconocidas por la OMC y tienen una importancia determinante para la evaluación de las medidas nacionales adoptadas en virtud del Acuerdo SFC.

El cumplimiento del Acuerdo SFC y el componente sobre alimentos del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio -Acuerdo OTC o también conocido como Código de Normas-, significa para nuestro país un esfuerzo por fortalecer sus sistemas de normalización de alimentos y de aseguramiento de la calidad de éstas, sobre todo si se considera que el comercio regional e internacional de los alimentos, forma parte de la estrategia para el desarrollo social y económico de la mayor parte de los países de la región.

En Costa Rica, el esfuerzo conjugado del Ministerio de la Agricultura, el Ministerio de Salud, y el Ministerio de Economía Industria y Comercio y, entre otros entidades del país, encaminan sus esfuerzos por cumplir con las obligaciones derivadas de este Acuerdo, que por supuesto significa también lograr una mayor y más efectiva participación en los trabajos de la Comisión del *Codex Alimentarius*.

En Costa Rica, existe todo un marco legal de registros sanitarios (VER ANEXO), que bajo el amparo de la Ley General de Salud exigen que para la importación, distribución y comercialización de productos tanto para consumo humano como animal, es necesario obtener un registro sanitario.

La existencia del Registro Sanitario se justifica en Costa Rica por las siguientes razones:

- a) Permite el conocimiento inicial de un producto a su entrada por vez primera o al ser producido por vez primera para su comercialización en el territorio nacional, mediante evaluación por un grupo de personas calificadas -Registradores -.
- b) Posibilita el diagnóstico, la caracterización *higiénico - sanitario y nutricional*, así como la clasificación del riesgo epidemiológico que presentan estos productos y el suministro de información a nivel nacional de la organización de Ministerio de Salud y a los funcionarios o dirigentes que se considere oportuno.
- c) Permite la calificación paulatina de inspectores y comercializadores en el conocimiento de estos productos y no constituye una barrera para el comercio.

¿Qué es el Registro Sanitario y qué objetivos persigue?

Para aprobar y consolidar un producto como apto para el consumo humano o animal, se requiere la comprobación de las características físicas, químicas, biológicas, toxicológicas, etcétera, así como verificar la correspondencia con las normas sanitarias vigentes y la presentación de certificados sanitarios de las autoridades competentes. Todo este proceso se denomina Registro.

El Registro Sanitario se aplica tanto a los productos elaborados nacionalmente como a los importados que se comercializarán en el país. Cada producto con lleva un proceso especial y sus requisitos varían según la especialidad. Sin embargo de manera general todo proceso de registro sanitario consiste en la presentación de requisitos documentales que deben entregarse en un expediente debidamente foliado ante el Ministerio de Salud o en caso de productos para animales, ante las instancias del Ministerio de Ganadería y Agricultura. Una vez presentado se procede al respectivo análisis y verificación de los documentos contenidos en el expediente por parte de registradores calificados según el producto a tratar. Una vez aprobado o denegado el expediente se procede con la emisión de un certificado de registro sanitario que consiste en el otorgamiento de un número de inscripción que deberá posteriormente ser impreso de manera visible para el consumidor en el empaque de cada uno de los productos que se comercializaran y distribuirán en el país.

El registro sanitario se otorga de manera general por un periodo de 5 años, las cuales pueden ser renovables, siempre y cuando el producto cumpla con los requerimientos actuales. Asimismo es importante mencionar que el solicitante está en obligación de comunicar durante el período de vigencia (5 años) del Certificado Sanitario, las actualizaciones, cambios o instrucciones efectuadas en cualquiera de los aspectos incluidos en el Registro Sanitario.

Los objetivos del Registro Sanitario son:

- a) Atender y asesorar a sus usuarios.
- b) Controlar y hacer cumplir las disposiciones legales relacionadas con las normas higiénico-sanitarias, así como reprimir a los infractores.
- c) Evaluar y registrar todos los productos, sustancias y artículos concernientes a la Nutrición e Higiene de productos para consumo humano y animal.
- d) Establecer una base de datos con toda la información recopilada, cuyo acceso es público y sirve de verificación y garantía para el consumidor.
- e) Expedir el certificado sanitario de productos.
- f) Capacitar, asesorar y dar apoyo técnico a puertos, aeropuertos y demás unidades del subsistema de Higiene y Epidemiología en la implantación de métodos de trabajo con este fin.
- g) Establecer un sistema de control y verificación de los productos expuestos a los costarricenses.

Los registros sanitarios son requeridos tanto para productos para consumo humano, como para consumo animal.

Registro sanitario de productos para consumo humano

Para productos de consumo humano, los aspectos específicos exigidos por el Ministerio de Salud, varían de acuerdo con el tipo de producto. La Ley General de Salud, exige que todos los tipos de producto, tengan un registro sanitario para su importación, distribución y comercialización en el país; estos productos son los siguientes:

1. Alimentos
2. Cosméticos
3. Medicamentos
4. Equipo y Material Biomédico
5. Productos Naturales
6. Productos Higiénicos
7. Productos Químicos (químicos peligrosos y plaguicidas)

Primeramente es importante detallar que dicho trámite deberá efectuarse ante la Dirección de Atención al Cliente del Ministerio de Salud de Costa Rica. Para poder iniciar el trámite de registrar en el Ministerio de Salud, todo titular e importador de un registro sanitario, así como el tramitador del registro sanitario, deberá inscribirse ante el Ministerio de Salud de Costa Rica; presentando personería jurídica o cedula de identidad, en el caso de persona física, así como una declaración jurada, en la que se manifiesta la autorización del titular del registro al tramitador del registro sanitario para el trámite de inscripción y seguimiento del registro sanitario. Es importante mencionar que el titular del registro sanitario en el país es responsable ante cualquier eventualidad que surgiera en relación al público, es decir es el titular quien deberá hacerse responsable por reparar o resarcir algún daño o perjuicio ocasionado por el producto.

1. Alimentos

Este año, el Ministerio de Salud, en el Registro de Alimentos ha implementado por iniciativa del programa Gobierno Digital, un sistema digital en línea para la presentación del expediente, así como su revisión, verificación y finalmente la emisión del certificado. El Sistema se denomina RAMP, cuyas siglas son Registro de Alimentos y Materia Prima, y consiste en llenar digitalmente los formularios de solicitud, así como subir al sistema las imágenes y documentos indicados a continuación:

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Alimenticios Nacionales, la siguiente información y documentación es requerida:

- a) Permiso de funcionamiento vigente.
- b) Etiqueta original del producto a registrar.
- c) Nombre del solicitante y domicilio exacto.
- d) Nombre de Importador autorizado.
- e) Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país.
- f) Tasa oficial de \$100 por producto.

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Alimenticios Importados, se requiere la siguiente información y documentación:

- a) Certificado de Libre Venta (notarizado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- b) Etiqueta original del producto a registrar.
- c) Nombre del solicitante y domicilio exacto.
- d) Nombre de Importador autorizado (si lo hay).
- e) Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país.
- f) Tasa oficial de \$100.

El proceso en general y detalles importantes:

- a) Generalmente tarda 6-8 semanas para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- b) Si la etiqueta o el Certificado de Libre Venta viene idioma distinto al español debe traducirse con un traductor oficial.
- c) La etiqueta debe detallar los ingredientes del producto y deberá cumplir con las normativas vigentes en materia de etiquetado.
- d) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

2. Cosméticos

En el Registro de Cosméticos, igualmente tiene implementado un sistema digital en línea para la presentación del expediente, así como su revisión, verificación y finalmente la emisión del certificado. Este sistema digital en cosméticos, fue el primero que entro a funcionar en el Ministerio de Salud y dio pie para la incursión del sistema de alimentos en el mismo formato. Igualmente consiste el llenar digitalmente los formularios de solicitud, así como subir al sistema las imágenes de los siguientes documentos:

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Cosméticos, la siguiente información y documentación es requerida:

- a) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del país de origen (vía consular y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores). Debe ser emitido por la autoridad reguladora o competente del país fabricante. Se presenta una única vez por empresa fabricante y tiene una vigencia de 2 años en el Ministerio de Salud de Costa Rica.
- b) Original y copia de declaración de la Fórmula Cualitativa en nomenclatura INCI, firmada por el profesional responsable de la fabricación y debidamente notariado y legalizado. Debe indicar los porcentajes y en el caso de que el cosmético contenga en su formulación ingredientes controlados, se debe declarar su concentración, la cual debe concordar con las establecidas en las listas oficializadas por la Dirección. (Regulación de UE).
- c) Original y copia de las Especificaciones Físico-Químicas y Microbiológicas para el control de calidad del producto terminado, debidamente firmado por el profesional responsable de la casa fabricante y notariado y legalizado.

- d) Traducción oficial del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, Formula Cualicuantitativa y Especificaciones de Producto Terminado cuando viene en idioma distinto al español.
- e) Etiquetas originales.
- f) Nombre de Importador autorizado (si lo hay).
- g) Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país.
- h) Poder Especial (notarizado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- i) Tasa oficial de \$200 por producto.

Proceso general y detalles importantes:

- a) La solicitud deberá ser firmada por el representante legal y un profesional responsable (químico o farmacéutico) quien avalará la información enviada.
- b) Generalmente tarda 6-8 meses para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- c) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura, Formula Cualicuantitativa y Especificaciones de Producto Terminado cuando viene en idioma distinto al español debe traducirse con un traductor oficial.
- d) El etiquetado deberá contener la siguiente información:
 - 1. Nombre y tipo del producto.
 - 2. Nombre del propietario o del fabricante del producto.
 - 3. País de origen del dueño del producto.
 - 4. Cantidad contenida en el envase en el sistema métrico decimal.
 - 5. Composición completa en nomenclatura INCI. Si el producto contiene ingredientes controlados debe indicar su nombre y concentración.
 - 6. Número de trámite asignado por la Dirección.
 - 7. Número de lote.

8. Modo de empleo, precauciones, advertencias e indicaciones cuando proceda.

- e) Al momento de su presentación todo documento requerido debe estar vigente con no más de dos años de haberse emitido, a menos que la autoridad emisora de éste documento establezca un período menor.
- f) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

Es importante mencionar que solo Alimentos y Cosméticos tienen implementado el sistema digital en su proceso de registro, todos los demás productos que se indican a continuación, siguen un sistema manual de entrega de expedientes físicos que consiste en la entrega de un expediente debidamente foliado e indexado con el contenido de todos los requisitos documentales exigidos para cada producto, ante las ventanillas designadas en la Oficina de Dirección al Cliente del Ministerio de Salud.

3. Productos naturales

Los productos naturales son todos aquellos que productos provienen directamente de las plantas y son para consumo humano, por ejemplo el té de manzanilla, las capsulas de ciruela, pastillas de ajo, etc.

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Naturales, la siguiente información y documentación es requerida:

- a) Solicitud para inscripción.
- b) Certificado de libre venta del país de origen (vía consular y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores)
- c) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del Laboratorio o establecimiento fabricante para Laboratorios extranjeros (vía consular y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores))
- d) Permiso de Funcionamiento para Laboratorios Nacionales

- e) Original de declaración de la Fórmula Cuantitativa (firmada por el profesional responsable de la fabricación, con nombres científicos y genéricos de los ingredientes, indicando la parte o partes de material natural utilizado, en caso de extractos o tinturas indicar el solvente utilizado y la proporción entre el peso del material y el volumen del solvente utilizado, si el solvente es etanol debe figurar su porcentaje) (debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- f) Método de análisis y especificaciones de calidad del producto terminado (firmado por el profesional responsable de la casa fabricante y debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- g) Certificado de análisis del producto terminado firmado por el profesional responsable incluyendo: identificación del producto o productos activos y análisis microbiológicos cuando proceda.
- h) Análisis toxicológico cuando la literatura científica así lo establezca
- i) Documentación científica que sustente la inscripción del producto, así como el uso que se le atribuye, otra información pertinente
- j) Ejemplar o muestra original del producto a inscribir
- k) Protocolo de etiquetado con copia tal y como va a ser comercializado
- l) Carta del representante legal en caso de fabricación a terceros
- m) Poder Especial (notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- n) Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país.
- o) Tasa oficial de \$200 por producto.

Proceso general y detalles importantes:

- a) Generalmente tarda 6 - 8 meses para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.

- b) Certificado de Libre Venta, Formula Cualicuantitativa y Especificaciones de Producto Terminado cuando viene en idioma distinto al español debe traducirse con un traductor oficial.
- c) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

4. Equipo y material biomédico

El equipo y material biomédico son todos aquellos implementos médicos y dentales utilizados en los seres humanos, por ejemplo: los instrumentos quirúrgicos, los preservativos, las maquinas de ultrasonido. El equipo y material biomédico, se clasifica en cuatro clases, según el grado de peligrosidad e invasor en el cuerpo humano.

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Equipo y Material Biomédico (EMB), la siguiente información y documentación es requerida, según la clasificación del producto:

Clase 1:

- a) Productos Nacionales: Certificado de Operación
- b) Productos Importados: Certificado de Libre Venta (vía consular y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores)
- c) Certificado de Buenas Practicas de Manufactura (vía consular y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores)
- d) Tasa oficial: \$10

Clase 2:

- a) Especificaciones médicas y técnicas
- b) Certificado de Libre Venta debidamente autenticado y consularizado para EMB importados.
- c) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del fabricante

- d) Para equipo para diagnóstico "in vitro" clase 2, además de lo indicado anteriormente presentar para el registro la siguiente documentación:
- e) Especificaciones técnicas para la prueba.
- f) Estándares de exactitud y precisión.
- g) Empaque del producto en caso de equipo para diagnóstico "in vitro" de uso personal.
- h) Tasa oficial: \$25

Clase 3:

- a) Especificaciones médicas y técnicas.
- b) Certificado de Libre Venta debidamente autenticado y consularizado para EMB importados.
- c) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del fabricante
- d) Cancelación del pago definido por la Dirección según decreto.
- e) Lista de los países donde el EMB se comercializa.
- f) Presentación de un programa de vigilancia para el EMB por parte del fabricante.
- g) Ensayos clínicos donde se demuestre la seguridad y eficacia del EMB.
- h) Declaración del método de esterilización para aquellos EMB que lo declaren.
- i) Tasa oficial: \$50

Clase 4:

- a) Especificaciones médicas y técnicas.
- b) Certificado de Libre Venta debidamente autenticado y consularizado para EMB importados.
- c) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del fabricante
- d) Cancelación del pago definido por la Dirección según decreto.
- e) Lista de los países donde el EMB se comercializa.
- f) Presentación de un programa de vigilancia para el EMB por parte del fabricante.
- g) Ensayos clínicos donde se demuestre la seguridad y eficacia del EMB.

- h) Declaración del método de esterilización para aquellos EMB que lo declaren.
- i) Estudio de análisis y evaluación de riesgos y las medidas a adoptar para la reducción de ellos, que satisfagan los requerimientos de seguridad y eficacia, elaborados por la casa fabricante.
- j) Bibliografía de reportes publicados relacionados sobre el uso, seguridad y eficacia del
- k) EMB.
- l) En el caso de EMB que hayan sido fabricados a partir de tejidos y sus derivados de humanos o animales, presentar certificado que muestre la seguridad biológica de éstos.
- m) Para EMB reconstruidos debe presentar, además de lo establecido en los artículos anteriores, una declaración emitida por el establecimiento que reconstruyó el EMB que garantice su calidad, seguridad y eficacia.
- n) Tasa oficial: \$50

Proceso general y detalles importantes:

- a) Para las 4 clases debe adicionalmente presentarse Nombre de Importador autorizado (si lo hay) y el Poder Especial (notarizado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- b) Generalmente tarda 6 semanas para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- c) Cualquier documento que venga en idioma distinto al español debe traducirse con un traductor oficial.
- d) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

5. Medicamentos

Los medicamentos o productos farmacéuticos son quizás los más sensibles y de mayor complejidad en todo el sistema de registros sanitarios. La documentación, además de las formalidades exigidas, requiere de refrendos de un profesional farmacéutico para la presentación del expediente y el trámite respectivo.

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Medicamentos, la siguiente información y documentación general es requerida:

- a) Certificado de Libre Venta en el país de origen o Certificado de Producto Farmacéutico tipo OMS. Este documento deberá presentarse en idioma español, o en su defecto, acompañado de la correspondiente traducción oficial, debidamente autenticado (debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- b) Original de declaración extendida por el profesional responsable de la fabricación en que se haga constar la fórmula cuantitativa y cualitativa completa del producto, incluyendo principios activos, vehículos, colorantes, edulcorantes y otros aditivos, que deberán estar descritos en forma genérica o con nomenclatura internacional. Este requisito no se exigirá cuando dicha fórmula esté contemplada en el Certificado de Libre Venta o en el Certificado del Producto Farmacéutico (firmado por el profesional responsable de la casa fabricante y debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- c) Especificaciones físicas, químicas, biológicas y microbiológicas para el control de calidad del producto terminado y la referencia de los métodos. En caso de que no se haya publicado en una farmacopea oficial deben presentar el método o métodos para control de calidad del producto terminado (firmado por el profesional responsable de la casa fabricante y debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano).
- d) Copia de los artes de los textos de impresión de los empaques primarios y secundarios e insertos en idioma español.
- f) Una muestra original del producto.

- g) Dosis, indicación, contraindicaciones, advertencias, precauciones y categorías farmacológicas.
- h) Certificado de la marca (en caso que registre un producto bajo esta modalidad).
- i) Estudio de estabilidad.
- j) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del laboratorio fabricante. (Debe venir debidamente notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- k) Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país e indicar el nombre de Importador autorizado (si lo hay)
- l) Poder Especial (notariado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- m) Tasa oficial de \$500
- n) Al momento de su presentación todo certificado requerido debe estar vigente, con no más de dos años de haberse emitido.
- o) Se requiere la traducción oficial de todo documento cuando viene en idioma distinto al español

También existen otros requisitos de documentación especial (según así lo determine el Consejo de regulación de la Salud):

- a) Estudios toxicológicos
- b) Estudios fase II para demostrar eficacia terapéutica
- c) Estudios de seguridad terapéutica
- d) Estudios microbiológicos y biológicos
- e) Estudios de biodisponibilidad
- f) Estudios farmacocinéticas
- g) Estudios farmacodinámicos
- h) Estudios pediátricos (si corresponde)
- i) Estudios farmacocinéticas específicos para productos de acción prolongada
- j) Estudios de equivalencia terapéutica in vivo y/o in vitro
- k) Declaración del valor nutricional según norma Codex Stan 180-1991

Proceso general y detalles importantes:

- a) Generalmente tarda de 12- 18 meses para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- b) Certificado de Libre Venta, Fórmula Cualicuantitativa y Especificaciones de Producto Terminado cuando viene en idioma distinto al español debe traducirse con un traductor oficial.
- c) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

6. Productos higiénicos

Los productos higiénicos son por ejemplo: Limpiador líquido, Limpiador sólido, Limpiador aerosol, Lavaplatos líquido, Lavaplatos sólido, Detergente líquido, Detergente sólido, Jabón en barra, Suavizante líquido, Toallas suavizantes, Desinfectante líquido, Desinfectante sólido, Desinfectante aerosol, Cera líquida, etc; en fin todo los productos para limpieza. Igualmente la solicitud requiere del refrendo de un Químico.

Proceso de Registro Sanitario para Productos Higiénicos, la siguiente información y documentación es requerida:

- a) Hoja de Seguridad del fabricante del producto
- b) Traducción de la Hoja de Seguridad (cuando aplique, firmada por el químico que realiza el registro)
- c) Fórmula Cualitativa (firmada por el químico que realiza el registro)

- d) Traducción de Fórmula Cualitativa (cuando aplique)
- e) Etiqueta original o su proyecto legible (Firmada por el químico que realiza el registro)
- f) Nombre de Importador autorizado y Copia del permiso de funcionamiento donde se almacenará en producto en el país.
- g) Poder Especial (notarizado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- h) Tasa oficial de \$100

Proceso general y detalles importantes:

- a) Generalmente tarda 30 días hábiles para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- b) Cuando la Hoja de Seguridad al igual que la Formula Cualicuantitativa viene en idioma distinto al español debe traducirse.
- c) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

7. Productos químicos

Los productos químicos son aquellos químicos peligrosos/ tóxicos que entran en contacto con el ser humano, como es por ejemplo la pintura utilizada para casas. La solicitud de un registro sanitario de un químico peligroso requiere que sea efectuada y refrendada por un Químico.

Para el Proceso de Registro Sanitario para Productos Químicos, la siguiente información y documentación es requerida:

- a) Hoja de Seguridad o Material Safety Data Sheet

- b) Nombre de Importador autorizado (si lo hay)
- c) Poder Especial (notarizado y legalizado ante el consulado de Costa Rica más cercano)
- d) No tiene costo en tasas oficiales.

Proceso general y detalles importantes:

- a) Generalmente tarda 20 días hábiles para que la Unidad de Registros y Controles del Ministerio de Salud procese la solicitud de registro, revise el expediente y apruebe o deniegue el registro, la cual puede ser por que falte algún requisito o exista un error de fondo o forma en el expediente. En este caso el expediente es devuelto para subsanar errores y posteriormente es reingresado.
- b) Cuando el MSDS viene en idioma distinto al español debe traducirse.
- c) Una vez que el registro este completo, el Ministerio de Salud emitirá un Certificado de Registro Sanitarios por un periodo de cinco años.

Asimismo, es importante mencionar que no solo los productos para consumo humano requieren registro sanitario, sino también los de consumo animal. Estos registros sanitarios se tramitan ante SENASA Servicio Nacional de Salud Animal, que es una dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería. A continuación se explica brevemente en qué consiste.

Registro sanitario de productos para consumo animal

Para el Registro Sanitario de Medicamentos Veterinario. Una vez inscrito la Droguería (Permiso de Operación) y el Laboratorio Fabricante, se procede a solicitar el registro sanitario del medicamento veterinario. El registro debe ir firmado por un Médico veterinario.

La siguiente información y documentación es requerida:

- a) Formulario Armonizado de Registro de Medicamentos veterinarios.
- b) Solicitud de registro (solo para registro simplificado, formulario RCMV_03).

- c) Certificado de Libre Venta del país de origen, del medicamento cuyo registro solicita. Este documento deberá ser consularizado y poseer una antigüedad de expedición no mayor a 1 año.
- d) Original y copia del certificado de la fórmula empírica o cuali-cuantitativa emitida por el fabricante en nomenclatura internacionalmente aceptada que incluya todos los componentes del producto, incluyendo aquellos del vehículo.
- e) Original y dos copias del Certificado de análisis del producto realizado por el laboratorio de control de calidad del laboratorio fabricante o del laboratorio oficial, que debe coincidir con el método analítico indicado por el registrante en el Formulario Armonizado de Registro.
- f) Una muestra física del producto.
- g) Dos copias del proyecto de etiqueta, embalajes e insertos.
- h) Comprobante de pago de la tasa de registro del medicamento
- i) Registro vigente del laboratorio fabricante y de la droguería que inscribe.

El costo del Registro del medicamento o biológico (por producto) es de ¢26,041 (aprox. \$47). La duración del Trámite de Inscripción tarda aproximadamente entre 3 a 5 meses, dependiendo del medicamento, cuando la documentación presentada se encuentra completa. El registro de todo medicamento veterinario será por un plazo de 5 años.

Para el Registro Sanitario de Alimentos para Consumo Animal. Esto se entiende para todo tipo de animales. La siguiente información y documentación es requerida:

- a) Dos formularios idénticos de “Solicitud de Registro” firmadas en original y datos completos, en caso de persona física. En los renglones numerados indicar nombre completo del o los productos a registrar
- b) Digitar y presentar dos proyectos de etiqueta digitados en papel tamaño carta de cada producto a registrar. En caso de renovación de licencia, indicar en la etiqueta el número aprobado anteriormente.
- c) Si es Fabricante Nacional, Certificado Veterinario de Operación (CVO). Lo solicita a la sede del M.A.G. más cercana.

- d) Personería Jurídica del solicitante y copia de la cédula de identidad si es persona física, fotocopia de la cédula o pasaporte al día.
- e) Si el producto es importado, presentar Certificado de Origen y Libre venta del país productor, consularizado y autenticado en nuestra Cancillería. (Este documento debe tener una vigencia a un año.)

El costo del Registro del alimento (por producto) es de aproximadamente ¢30,000. La duración del Trámite de Inscripción tarda aproximadamente entre 45 días naturales, si la documentación presentada se encuentra completa. El registro sanitario de todo alimento animal será por un plazo de 5 años.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de Investigación:

El enfoque metodológico en el que se basó esta investigación es de corte cuantitativo explicativo. Se recolectaron datos –de tipo numérico– para obtener información de los participantes y por medio de análisis estadístico comprobar la hipótesis planteada y establecer patrones de comportamiento y probar teorías en relación al conocimiento de los funcionarios de la Aduana Central en materia de propiedad intelectual.

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables, en este caso se analizó la relación causa-efecto que existe entre una variable dependiente y una independiente. En una Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico, ya sea lineal, exponencial o similar (Hernández Sampieri, Fernández-Colladoi, Baptista Lucio, 2006).

Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos. Las características antes mencionadas se presentan en el modelo planteado para este estudio.

Diseño de la investigación:

Este estudio parte del diseño de series cronológicas en donde se aplican varios tratamientos en diferentes momentos. En esta investigación se utilizó el diseño de único grupo incorporando el Pre-Test para establecer la condición control (nivel de conocimiento

inicial de los participantes) y dos post-test para evaluar el cambio durante la condición experimental (impacto de la capacitación). No hay aleatorización puesto que el diseño de único grupo, el grupo actúa como condición control y condición experimental.

Cuando se trabaja con series cronológicas, en un diseño de único grupo, el estudio corresponde a un experimento puro, en donde el mismo grupo sirve para establecer sus bases, ya que no hay un grupo más exacto que le mismo grupo (Hernández Sampieri, Fernández-Colladoi, Baptista Lucio, 2006).

Simbología del diseño:

$G_1 O_1 - O_2 X O_3$

G_1 : único grupo no aleatorizado

O_1 : medición 1, pre-test condición control. Se realizó previo a la capacitación, y es la línea base del conocimiento de los sujetos.

O_2 : medición 2, post-test condición control, pre-test condición experimental. Se realizó después de la medición 1 e inmediatamente antes de iniciar con la capacitación.

O_3 : medición 3, post-test condición experimental. Se realizó inmediatamente después de concluir con la capacitación.

X: intervención, programa de capacitación

Población enfoque y sujetos del estudio:

Dirigido a los funcionarios de la Aduana Central, en la provincia de San José. En este estudio participaron 43 funcionarios de la Aduana Central (San José), Ministerio de Hacienda. Los sujetos trabajan en puestos de aforadores, puestos gerenciales o en funciones directivas dentro de la Aduana. Estas personas son las que tienen un primer contacto con el ingreso de mercancías previo a su destinación a algún régimen aduanero y quienes voluntariamente se presentaron al programa de capacitación.

Descripción de los instrumentos / cuestionarios a realizar:

Para este estudio, el grupo investigador confeccionó un instrumento tipo cuestionario para medir la variable de interés, el cual consta de 15 preguntas específicas del tema de propiedad intelectual, utilizando una escala de tipo Likert.

Al ser la hipótesis un supuesto teórico susceptible de medición, se desarrolló un cuestionario en Escala Likert. Esta escala psicométrica es comúnmente utilizada en cuestionarios y en encuestas para investigación (Safrit, 1981).

Cuando se responde a un elemento de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se hace especificando el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem o reactivo). En este caso en específico se buscó un puntaje en base al conocimiento de la materia de propiedad intelectual, en la cual a través de números se calificó el conocimiento que tenían en relación a lo preguntado: a. tengo conocimiento básico (2); b. tengo conocimiento intermedio (3); c. tengo conocimiento avanzado (4); y d. no tengo conocimiento (1) (Hernández Sampieri, Fernández-Colladoi, Baptista Lucio, 2001).

A continuación se presenta el procedimiento utilizado para la construcción de la prueba, además del proceso de validez y confiabilidad de la misma. El procedimiento se realizó según las sugerencias de construcción de pruebas mencionadas por Safrit (1981):

1. Preparación de los ítems iniciales; se elaboró una serie de enunciados sobre el tema que se pretende medir, el número de enunciados elaborados debe ser mayor al número final de enunciados incluidos en la versión final.
2. Análisis y selección de los ítems; mediante el juicio de expertos se seleccionó los ajustados al momento de efectuar la discriminación del conocimiento en cuestión rechazando aquellos que no cumplan con este requisito.
3. Asignación de puntajes a los ítems; se le asignó un puntaje a cada ítem a fin de clasificarlos según refleje el nivel de conocimiento.
4. Administración de los ítems a una muestra representativa de la población cuyo conocimiento se desea medir. Se le solicitó a los sujetos que expresaran su nivel de conocimiento frente a cada ítem mediante una escala.

5. Asignación de puntuaciones a los sujetos; la puntuación de cada sujeto se obtuvo mediante la suma de las puntuaciones de los distintos ítems.
6. Se aplicó una correlación para determinar el índice de confiabilidad de la prueba.

En la construcción de una prueba se deben considerar dos elementos que caracterizan a una buena prueba, su validez y confiabilidad. Se conoce como validez “el grado en qué una prueba mide lo que se supone debe medir” (Safrit, 1981 p. 46). Mientras que confiabilidad es “la consistencia de un individuo en el desempeño de la prueba” (Safrit y Wood, 1995 p.159).

Una técnica por medio de la cual se puede validar un instrumento se llama validez de contenido. Se refiere el grado bajo el cual los ítems o preguntas de un cuestionario son representativos de un dominio mayor definido. En este caso se utiliza el método de validez lógica por medio del juicio de expertos (Safrit, 1981). Los expertos consultados en este estudio fueron tres profesionales especializados en el tema de Propiedad Intelectual.

La confiabilidad del instrumento se obtuvo por medio de la técnica administración del test en dos ocasiones, también llamada test- retest (Safrit y Wood, 1995). Se realizó un plan piloto con un grupo de funcionarios públicos con características similares a la muestra del estudio, al cual se le aplicó el test en dos días diferentes, para así obtener un índice de confiabilidad del cuestionario.

Procedimiento de la investigación:

El procedimiento de la investigación conllevó varios pasos, las cuales se detallan a continuación:

1. Se definió con el encargado del departamento de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda en el cual se realizó la capacitación, la modalidad de la misma y los participantes.

2. Se concretó las fechas de la capacitación y se definió las modalidades de publicidad de estas capacitaciones para reunir a la mayor cantidad de participantes posible.
3. Una vez perfeccionado el cuestionario y validado por tres expertos en el área de la propiedad intelectual, se aplicó este cuestionario, dos meses antes de la capacitación como plan piloto, a una población similar.
4. Una vez recabado la lista de participantes un mes antes de la capacitación, se les comentó sobre el estudio y los temas de capacitación y se obtuvo el consentimiento de cada uno de ellos. Se les entregó el cuestionario anteriormente descrito, junto con la inscripción de la capacitación. Aquí se determinó la condición control y el grado de conocimiento en propiedad intelectual que tenían los participantes.
5. Posteriormente, justo antes de empezar las sesiones de las capacitaciones, se les aplicó nuevamente el cuestionario, para determinar si habían obtenido, en este lapso algún mayor conocimiento en este tema (post-test condición control y pre-test condición experimental).
6. Se implementó el programa de capacitación, el cual se detalla posteriormente.
7. Una vez efectuada la capacitación, se procedió antes de la entrega de títulos de la capacitación, nuevamente se les entregó el mismo cuestionario para medir el conocimiento en el tema de propiedad intelectual, en funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda.
8. Se realizaron los análisis estadísticos respectivos para determinar el efecto de la capacitación en el tema de propiedad intelectual en funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda.
9. Se establecieron las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Diseño de la capacitación

Se efectuaron tres módulos, condensando los temas anteriormente descritos en el Marco Teórico, los tres módulos se impartieron en un mismo día con una duración de 2 horas cada uno para un total de 6 horas. La capacitación se efectuó el 15 de junio del 2011, se

utilizó apoyo audiovisual y se elaboró material impreso y digital como apoyo para los participantes, además de guías prácticas para los receptores de los seminarios.

Generalidades de la capacitación:

- a) Los tres módulos se dieron en un solo día.
- b) Duración: 2 horas por módulo.
- c) Los módulos se impartieron con apoyo tecnológico.
- d) Se efectuó la capacitación el 15 de junio 2011.
- e) Se elaboró material de apoyo: Material impreso y digital (cuadros comparativos, etc.) y Guías prácticas para los receptores de los seminarios.

A continuación se presenta la estructura de los temas de la capacitación:

MODULO 1: INTRODUCIENDOLOS A LA PROPIEDAD INTELLECTUAL (Nociones básicas).

MODULO 2: ESTRATEGIA DE PROTECCION DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN EL PAÍS (Beneficios y herramientas útiles para la protección de propiedad intelectual).

MODULO 3: EL *REALITY* DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL EN MEDIDAS EN FRONTERA (RECOMENDACIONES).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En el presente apartado se muestran e interpretan los resultados obtenidos de los análisis estadísticos realizados a lo largo del estudio. Utilizando el programa estadístico Statistical Package for the Social Science (SPSS[®]), versión 15.0 y Excel 2007, se obtuvo la estadística descriptiva e inferencial de los participantes con respecto a los puntajes de la prueba.

Se realizó una correlación de Spearman para obtener el índice de confiabilidad del cuestionario, el cual se aplicó en la prueba piloto. Adicional a esto se realizó una correlación de Spearman con los datos de la muestra que participó en el estudio.

Se escogió la correlación de Spearman ya que se busca establecer la relación entre los puntajes de las dos ocasiones en que aplicó el instrumento (Moncada, 2005) y porque la muestra a la que se le aplicó el test es pequeña.

El valor r que se obtiene de una correlación se interpreta de la siguiente forma: un r entre 0.80 y 1 es alto, entre 0.60 y 0.79 es moderadamente alto, entre 0.40 y 0.59 la relación es moderada, entre 0.20 y 0.39 es bajo, mientras que un r entre 0 y 0.19 no hay relación, el valor de r puede ser tanto negativo como positivo, y se interpreta su valor absoluto (Safrit citado en Mocada, 2005).

Se obtuvo promedio y desviación estándar de las tres mediciones realizadas, se calculó el tamaño de efecto entre la condición control y la condición experimental, como parte de la estadística descriptiva.

El tamaño efecto se calculó con la siguiente fórmula: (Promedio Condición Experimental *menos* Promedio Condición Control) *dividido entre* Desviación Estándar Condición Control (Botella y Gambará, 2002). El índice del tamaño de efecto se interpreta según Cohen (1988) de la siguiente forma: un valor menor o igual a 0.49 es pequeño, un

índice de 0.50 a 0.79 presenta un efecto mediano, cuando el índice es mayor a 0.80 el tamaño de efecto se considera grande.

Para determinar el efecto de la capacitación en el conocimiento de los funcionarios, se realizó un ANOVA de 1 vía de medidas repetidas, para determinar si hay diferencias entre el puntaje de la prueba a lo largo del tiempo, con su respectivo post-hoc.

Se seleccionó la técnica de análisis de varianza (ANOVA) de 1 vía de medidas repetidas, ya que es el método estadístico que determina diferencias entre mediciones cuando hay solamente un grupo de estudio. Si se encuentran diferencias significativas se aplicará la técnica de Tuckey como post-hoc, para especificar las diferencias entre mediciones.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las correlaciones realizadas para obtener la confiabilidad del instrumento, tanto en el plan piloto como en el pre-test de la condición control.

Tabla 1. Valores r para la confiabilidad de la prueba

Momento de aplicación	Valor r	Valor p
Plan piloto	0,820	0,004*
Pre-test	0,263	0,088

Según la interpretación dada por Moncada (2005) se encuentra una correlación alta para el cuestionario aplicado en el plan piloto; mientras que la relación en el momento del pre-test es baja; siendo solamente significativa la correlación del plan piloto.

Esto se puede deber a que la muestra de estudio y la muestra del plan piloto sean heterogéneas entre sí, es decir que presenten diferentes características.

La tabla 2 muestra la media y desviación estándar (media \pm D.E.) del puntaje obtenido en la prueba realizada sobre el conocimiento del tema a estudiar, en las tres evaluaciones realizadas, dos antes de la capacitación (medición inicial e intermedia) y una después de la misma (medición final).

El puntaje máximo a obtener en la prueba es de 60 puntos, que implica conocimiento profundo del tema. Los puntajes obtenidos en la medición inicial e intermedia se encuentran por debajo del puntaje medio a obtener, mientras que la medición final se encuentra por encima de dicho puntaje. Esto brinda una descripción de cómo el puntaje aumentó de las primeras mediciones a la última, lo que sugiere un aprendizaje del tema a evaluar.

Tabla 2. Estadística descriptiva del grupo de estudio, según las mediciones realizadas (Los valores se presentan media \pm desviación estándar).

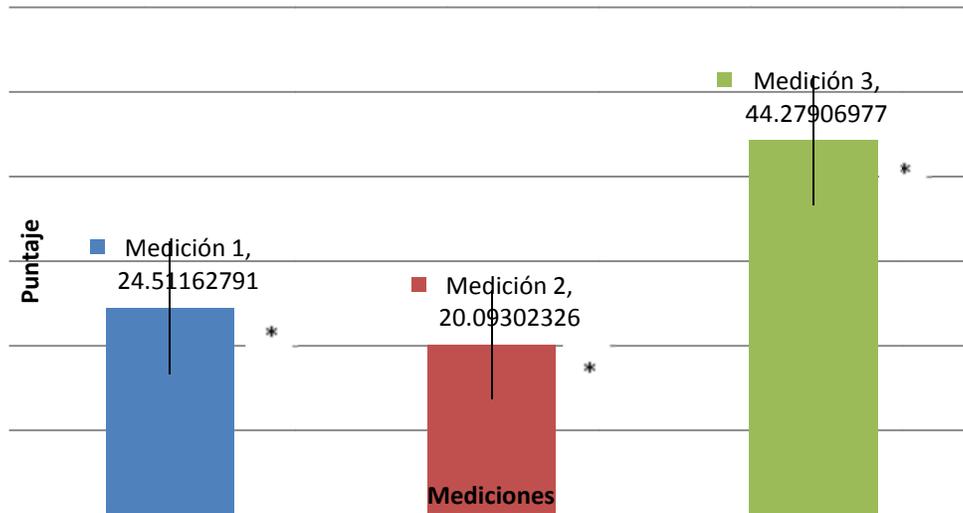
	Mediciones		
	Inicial	Intermedia	Final
Conocimiento del tema	24,51 \pm 7,84	20,10 \pm 6,42	44,28 \pm 7,64

El siguiente gráfico muestra el comportamiento de los funcionarios que participaron de la capacitación, antes y después de la misma. Se debe tomar como conocimiento base el puntaje inicial, luego se presenta una disminución para la segunda medición y para la evaluación final se da un aumento notable del puntaje.

El análisis de varianza (ANOVA) de 1 vía de medidas repetidas, arrojó un resultado que indica que hay diferencias significativas, al realizar el análisis post-hoc de Tuckey se determina que existen diferencias significativas entre todas las mediciones realizadas. La tabla 3 muestra los valores del análisis de varianza.

Gráfico 1. Comportamiento del puntaje del grupo para cada una de las mediciones.

***diferencias significativas $p < 0,005$**



El cuadro anterior demuestra que hay una disminución del puntaje de la prueba entre la primera medición realizada y la segunda medición, y a su vez entre estas dos y la medición final. Esto implica que durante la condición control, se dan situaciones que se reflejan en una disminución del conocimiento del tema, en el momento de realizar la segunda evaluación; mientras que durante la condición experimental se presentan situaciones, que por el contrario, se reflejan en un aumento del conocimiento sobre el tema.

La disminución del puntaje obtenido durante la condición control se puede deber a que se supone que los funcionarios la primera vez consideraban que debían saber del tema por lo que respondieron de una manera, y al ser presentados la segunda vez con la mismas preguntas los funcionarios tuvieron tiempo para analizar la pregunta verdaderamente y a conciencia y contestar como verdaderamente debían. Igualmente aunque se trata de que los cuestionarios se contestaran a la misma hora, en la mañana por todos los funcionarios; en

algunos casos no fue posible por lo que considerando factores como cansancio, tensión laboral, clima, carga de trabajo, hayan influenciado en la baja de los resultados en la segunda aplicación del cuestionario.

**Tabla 3. Estadística Inferencial para el grupo de estudio
(Se presenta valor F y significancia).**

	F	p
Conocimiento del tema	167,6	0,001*

* $p < 0.05$ (porcentaje de error)

Del cuadro anterior se deduce que para la segunda situación –condición experimental– la capacitación tuvo un impacto significativo sobre el conocimiento de los funcionarios en el tema de propiedad intelectual.

Por último se calculó el tamaño del efecto para la condición control, generado por la diferencia de la media entre el pre-test y post-test, dividido entre la desviación estándar del pre-test de la condición control. También se calculó el tamaño de efecto para la condición experimental, que se obtuvo de la diferencia entre el pre-test y el post-test de la condición experimental, dividido entre la desviación estándar del pre-test de la condición experimental. Los datos se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4. Tamaño de efecto calculado (ES)

	ES
Condición Control	-0,57
Condición Experimental	3,76

El tamaño de efecto se demuestra en el cuadro anterior y determina, cuantas desviaciones típicas se encuentra la media de la condición control con respecto a la condición experimental (Botella y Gambará, 2002). Según la interpretación dada por Cohen (1988), el efecto de la condición control es mediano, mientras que el de la condición experimental es grande.

Cabe destacar que el tamaño de efecto en la condición control es negativo, lo que implica un efecto inverso, en este caso disminución del puntaje, que se interpreta como disminución del conocimiento; mientras que el efecto de la condición experimental es positivo, lo que implica un aumento del conocimiento.

Los resultados obtenidos muestran que la intervención o capacitación produjo mejoras en el conocimiento evaluado sobre el tema de propiedad intelectual. Esto se refleja ya que durante la condición control se reduce el conocimiento del tema el cual debido al tamaño de efecto calculado, se puede interpretar como un 57% de cambio; mientras que el aumento del conocimiento de los funcionarios sobre el tema es de un 376% de cambio, lo que es sustancial. Esto se refleja en un promedio de puntaje que subió de una calificación de 20 puntos sobre 60, a una calificación de 44 puntos de 60.

Los temas de la capacitación fueron seleccionados de forma minuciosa, enfocándose en necesidades específicas de los funcionarios establecidas en el diagnóstico del conocimiento sobre el tema, solventando así un vacío en su quehacer cotidiano por medio de los contenidos.

En resumen, al participar de la capacitación, se encontró un aumento significativo del puntaje de la evaluación del conocimiento sobre el tema de propiedad intelectual.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez realizada la presente investigación, la cual ha tratado el tema del conocimiento en Propiedad Intelectual de los funcionarios de la Aduana Central en San José, Ministerio de Hacienda, se obtuvieron diferentes resultados que guían al investigador a las siguientes conclusiones.

Conclusiones

Luego de realizar el estudio y según los procedimientos establecidos en la metodología se concluye que la capacitación brindada a los funcionarios de la Aduana tuvo un impacto positivo y significativo en el conocimiento evaluado en materia de Propiedad Intelectual. Con ello se puede verificar el cumplimiento del objetivo general de esta investigación.

Considerando los objetivos específicos planteados para este estudio se tienen las siguientes conclusiones:

- a) Luego de analizar la información del primer cuestionario realizado por parte de los funcionarios de la Aduana Central se concluye que el personal presenta un conocimiento nulo en temas relacionados a la Propiedad Intelectual. Por esta razón se considera que los funcionarios de dicha institución no están suficientemente capacitados para proteger la propiedad intelectual y realizar una labor fiscalizadora en su función laboral y por ende no son un recurso eficaz para gestionar las medidas en frontera.

- a) Al evaluar el conocimiento en temas específicos se tiene que en ciertas áreas técnicas el conocimiento de la materia no era palpable, pero en algunas resultó ser ínfimo. Por ejemplo en materia de marcas se notó algún conocimiento ínfimo quizá por alguna experiencia adquirida fuera de su labor, pero tratándose de patentes, derecho de autor y hasta registros sanitarios, su vivencia no permitía tan

siquiera obtener mínimas conclusiones, para poder tomar decisiones necesarias en sus funciones diarias.

- b) La capacitación resultó ser una vivencia sumamente enriquecedora y novedosa para los funcionarios y así lo manifestaron. Aunado a ello los funcionarios mostraron un nivel de interés adecuado lo cual hizo que la capacitación fuera llevada a cabo de una manera positiva. Este aspecto facilitó el cumplimiento del objetivo de la segunda fase. Por lo que se concluye que el tema de la capacitación es vital para los funcionarios, por cuanto les permite valorar mejor en el futuro, las posibles infracciones de los derechos de propiedad intelectual que logren detectar en su quehacer diario. Además de esto, los legítimos titulares de estos derechos se verán protegidos de forma eficiente.

- c) Considerando la experiencia de la capacitación se puede concluir que si los funcionarios reciben adecuadamente información técnica, estarán en buena posición para tomar decisiones adecuadas en salvaguarda de los titulares de marcas, patentes, derecho de autor y registros sanitarios. Por lo tanto el ofrecimiento de herramientas para mejorar la estructura es vital para Costa Rica y ello le permitirá mejorar en su competitividad ya que Costa Rica, con el fin de constituirse como país atractivo para la inversión extranjera y con el fin de lograr su incursión en el bloque económico global, ha incluido en sus diferentes agendas de negociación, el tema de la propiedad intelectual en sentido amplio, con sus componentes específicos: la propiedad industrial y el derecho de autor así como temas puntuales o específicos como son las medidas en frontera como un mecanismo de control, de los productos que ingresen al territorio nacional. Esto se pone de manifiesto en la discusión y firma de los diferentes Tratados de Libre Comercio, suscritos por Costa Rica y en la constante revisión de nuestra legislación con la finalidad de ajustarse a las exigencias internacionales. Por ello se pudo comprobar nuestro objetivo específico en esta fase en cuanto a la posible coordinación entre instituciones de gobierno. Así entonces si la Aduana Central y

el Ministerio de Justicia y Gracia así como el de Comercio Exterior llevaran a cabo un desarrollo cruzado de capacitaciones, el provecho que se obtendría de estas sería mucho más alto. Ello sin entrar a considerar las enormes sinergias que se podrían generar.

- d) Finalmente, en la tercera fase se logra, de manera muy satisfactoria, comprobar que los objetivos planteados se cumplieron a cabalidad. Los funcionarios y asistentes a la capacitación mostraron una curva de crecimiento en los enfoques críticos de las partes técnicas de la Propiedad Intelectual.
- e) Como se observa en el comportamiento de la evaluación del conocimiento se establece que al existir una diferencia entre las dos primeras evaluaciones y en la medición final, se llega a la conclusión que la capacitación resultó exitosa, y ello es apoyado también por el tamaño del impacto tal y como se demostró en los resultados.

Recomendaciones

Como se mencionó anteriormente el Acuerdo sobre los ADPIC obliga a la autoridad aduanera a ejercer un control adecuado sobre la piratería y la falsificación marcaria en las mercancías que se pretendieran importar o exportar al territorio nacional. Por otro lado la industria respectiva ejerce igual presión. Lo que evidencia el valor de la intervención de la autoridad aduanera al momento de la decisión de permitir el ingreso de mercancías o bien retener las mismas.

La línea que define cuándo se aplica una retención o cuándo no, es muy fina y por lo tanto la autoridad aduanera debe actuar con mucha cautela, en especial debido a que la frase contenida en la Ley de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual “suficientes motivos” es muy ambigua. “Suficientes motivos” dependen de la situación particular y del

conocimiento de los funcionarios no solo sobre propiedad intelectual sino que acerca del comercio de productos y el saber diferenciar a la perfección sobre lo que es real y lo que no lo es. Lo anterior es vital en el proceso de determinar si la mercancía es legítima o no y conlleva la decisión final de la destinación aduanera de la mercancía.

Por ello entonces se plantean los siguientes impedimentos:

- a) Al recaer sobre los hombros de la autoridad aduanera tan gran responsabilidad como lo es el determinar la carga de impuesto a cancelar, velar por el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios, legitimidad de mercancía, etc., a fin de salvaguardar los derechos de propiedad intelectual, los funcionarios deben contar con una capacitación constante en materia de propiedad intelectual. Por lo tanto una falta de conocimiento en materia de propiedad intelectual constituye un obstáculo para la toma de oficio de medidas en frontera. Es importante recalcar que los aforadores como tal no reciben capacitación frecuente y adecuada en materia de PI ya que hasta donde se ha logrado indagar únicamente los funcionarios de la Sección de Normativa y Sección de Técnica Aduanera de la Dirección Nacional de Aduanas reciben algún tipo de capacitación en PI. Aún así, se considera que la capacitación que reciben es superficial. Lo anterior evidencia la carencia de capacitación para los aforadores que son los que deben inspeccionar la mercancía como primer punto de contacto.
- b) La falta de implementación de un sistema de análisis de riesgos que permita determinar las marcas o productos que son objeto de violación frecuente impide la rápida y correcta identificación de los productos infractores.
- c) La carencia de utilización de filtros informáticos que sirvan como mecanismo detector de operaciones de comercio exterior en las que se vulneran los derechos de la propiedad intelectual constituye otro obstáculo para las medidas en frontera.

- d) La carencia del control aleatorio a ciertos tipos de mercancías se lleva a cabo a nivel de aduanas, siendo que existe ciertas mercancías que son más propensas a inspección por aforadores que otros, creo que debe ampliarse la lista a fin de ejercer un mayor control.
- e) La carencia del suministro de datos de carácter técnico y mucho más precisos por parte de los titulares de DPI a la autoridad aduanera a fin de que cuenten con mayor conocimiento acerca del tipo de delitos, de las corrientes de fraude. Lo anterior sirve como herramienta para crear una colaboración más estrecha entre los titulares y la autoridad aduanera.
- f) La carencia de un mayor control en PI a la hora de exportar, perfeccionamiento activo, perfeccionamiento pasivo, control en almacenes fiscales, ingreso de mercancías a zona franca.
- g) La carencia de conocimiento por parte de funcionarios aduaneros en cuanto a la correcta identificación en materia de etiquetado de productos y su comparación con sus originales adversos!
- h) Mayor labor de coordinación con diversas autoridades sobre la materia de PI.
- i) La falta de un registro aduanero de titulares de marcas separado del Registro de la Propiedad Industrial donde se registran las marcas como tal, hace que los funcionarios públicos de la Aduana Central no tengan cómo contactar de entrada a los titulares que podrían ver agraviados sus derechos.

Con fundamento en lo anteriormente expuesto es que la recomendación más importante es la creación de un *“Registro de Titulares de Derechos de Propiedad Intelectual de la Dirección General de Aduanas”* destinado a apoyar las labores de

inspección y/o retención de mercancías en trámite aduanero (importación, exportación o tránsito) afectadas por una presunción de violación a derechos de propiedad intelectual.

Es importante aclarar que la inscripción de titulares de derechos ante el Registro de Titulares no creará, transferirá o extinguirá derechos con respecto a la titularidad de los derechos de propiedad intelectual debidamente concebidos por las leyes que rigen la materia en Costa Rica.

Por lo tanto, ante el **Registro** de Titulares de Derechos de **Propiedad Intelectual** de la Dirección General de **Aduanas** se inscribirá todo titular de derechos de marcas de fábrica y derechos de autor protegidos por las leyes nacionales, tratados y convenios internacionales suscritos y ratificados por Costa Rica; así como los que entren en vigencia en el futuro, con el fin de salvaguardar y proteger a los titulares de derechos de propiedad intelectual que puedan estar siendo lesionados por el comercio de mercancías infractoras.

El **Registro** de Titulares de Derechos de **Propiedad Intelectual** de la Dirección General de **Aduanas**, debe ser una opción facultativa para aquellos titulares de derechos que deseen obtener una protección (entendido este como la posibilidad de tener un contacto inmediato con la aduana) adicional y ante lo cual deberán efectuar el pago de un rubro respectivo ante la autoridad aduanera. Dicho Registro debería implementarse en nuestro país en el menor tiempo posible.

Algunos de los requisitos que se deben solicitar a los titulares para los fines del registro de propiedad intelectual aduanero son:

- a) Nombre y domicilio del titular de PI
- b) Copias gráficas de las marcas o derechos a vigilar
- c) Copias de los certificados de registro
- d) Números de de la persona de contacto designada por el titular del derecho
- e) Otra información considerada de relevancia por parte del titular sin que se deban presentar demasiados documentos.

El sistema deberá ser electrónico y que los archivos sean electrónicos a fin de que se escaneen y los funcionarios aduaneros tengan acceso a los mismos en cualquier aduana del país en tiempo real.

Cada titular o distribuidor deberá cancelar un rubro (establecido por ley) al Ministerio de Hacienda, Dirección General de Aduana con el fin de figurar en dicha base de datos.

Para la creación del **Registro** de Titulares de Derechos de **Propiedad Intelectual** de la Dirección General de **Aduanas**, será necesario crear un Departamento de Propiedad Intelectual a nivel de la Dirección General de Aduanas y que sean el ente a cuyo cargo quedaría el **Registro** de Titulares de Derechos de **Propiedad Intelectual** de la Dirección General de **Aduanas**.

Dicho Departamento de Propiedad Intelectual deberá estar compuesto por funcionarios (aforadores y abogados) e inspectores capacitados en la materia y el mismo tendrá su sede en las oficinas principales de la Dirección General de Aduanas. Las funciones y organización interna del Departamento, incluyendo la representación de personal especializado en las administraciones regionales aduaneras, será reglamentada mediante resolución expedida por la Dirección General de Aduanas.

En cuanto al tema del depósito de muestras, para efectos de facilitar la inspección, los titulares de los derechos podrán suministrar muestras originales de mercancías al Departamento de Propiedad Intelectual de la Dirección General de Aduana, para referencia de los inspectores en el ejercicio de la fiscalización que por medio de este Decreto se reglamenta. Dichas muestras deberán inutilizarse en la medida que su naturaleza lo permita, intentando no afectar las características esenciales que facultan la identificación de las mismas como originales. Dentro del ámbito de sus recursos, la Dirección General de Aduanas velará por las muestras con diligencia, pero no será responsable económicamente por las mismas.

El tema de los titulares y licencias es un delicado sobre el cual se debe llevar un control estricto. Para efectos de facilitar el procedimiento, el propietario del derecho

protegido podrá autorizar, por escrito, el uso del derecho de propiedad intelectual del cual es dueño. Esta autorización o licencia será concedida mediante documento privado debidamente legalizado.

Los licenciarios podrán estar registrados en la Dirección General de Aduanas. Sólo el propietario del derecho protegido podrá registrar sus licenciarios, éstos no podrán registrarse a sí mismos. Las licencias serán voluntarias y serán consideradas como prueba primaria de la presunción de legalidad de la mercancía.

Las mismas servirán para liberar la mercancía, de manera inmediata luego de su presentación, en cualquier momento o fase de la investigación, pero antes de la consignación de la fianza por el titular del derecho protegido. En caso de licencias o autorizaciones no registradas en el país, éstas deberán ser presentadas autenticadas o apostilladas según sea el caso.

Las licencias previamente registradas en la Dirección General del Registro de la Propiedad Industrial o en la Dirección Nacional de Derecho de Autor tendrán validez ante la Dirección General de Aduanas.

En adición a la creación del **Registro** de Titulares de Derechos de **Propiedad Intelectual** de la Dirección General de **Aduanas**, se sugiere que a la autoridad aduanera se le brinde acceso a bases de datos del Registro de Propiedad Intelectual e Industrial de Costa Rica en tiempo real en donde se puedan verificar datos de registros a fin de que su función sea una fiscalizadora, pronta y cumplida en aras a salvaguardar los derechos de los titulares de derechos de propiedad intelectual.

Como se ha visto, le corresponde a la autoridad aduanera el tomar todas las medidas pertinentes para el ingreso de mercancías a un régimen aduanero de conformidad con la Ley General de Aduanas. De igual manera de conformidad con la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual No. 8039 la Dirección General de Aduanas queda facultada para aplicar medidas en frontera para casos en que existan indicios de infracciones de derechos de marcas y de autor, siempre dirigidas a prevenir la consecución de un fin delictivo, es decir, son medidas preventivas y como tales no pueden

ser indefinidas ni definitivas; tampoco constituyen sanción ni presumen culpabilidad del inculpado.

Las aduanas constituyen verdaderas barreras que protegen al país en el intercambio comercial de los productos procedentes del exterior, de tal manera que la política aduanera nacional ejercida mediante la potestad aduanera es un excelente mecanismo coadyuvante a la protección económica de la nación, ya que estas políticas bien concebidas y racionalmente bien planificadas protegen y fortalecen a la industria y al comercio nacional legalmente establecido. Por lo que el ámbito de aplicación del Registro lo será el territorio nacional en su entera inclusión y contemplando las Zonas Libres de Comercio, las empresas sometidas al Régimen de zona Franca, los puertos libres, el mar territorial, nuestras aguas nacionales y el territorio político.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- Antequera Parilli, R. (1995). *Tendencias legislativas en Derecho de Autor y Derechos Conexos y su adecuación a las nuevas tecnologías, Nuevas políticas de Propiedad Intelectual ¿Arma de negociación o instrumento de desarrollo?* Caracas, Edición XX aniversario del SELA. pp.39-70.
- Arana Courrejolles, C. *La Cancelación de la Marca por Falta de Uso*. Editorial Themis. No. 36.
- Amstrong, G. y Kotler, P. (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*, México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- Baylos Corroza, H. (1993). *Tratado de Derecho Industrial. Propiedad industrial. Propiedad intelectual. Derecho de la competencia económica. Disciplina de la competencia desleal*. (2° ed). Madrid: Civitas, 1993..
- Becher, H. (1952). *The protection of well-known trademark*. Trade Mark Reporter, No. 42.
- Bertone, L. y Cabanellas, G. (1981). Comentarios a la nueva Ley de Marcas. *Revista de Derecho Industrial*, 3, Depalma, Buenos Aires. p. 2.
- Blanco White, T. A. y Jacob, R. (1972). *Kerly's law of trademarks and trade names*. 10ª ed., London.
- Botella, J., y Gambará, H. (2002). *Qué es el Meta-análisis*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, S.L.
- Breuer Moreno, P.C. (1946). *Tratado de marcas*. Valerio Abeledo, Buenos Aires.
- Cabanellas De Las Cuevas, G. (1984). *Régimen Jurídico de los Conocimientos Técnicos*. Editorial Heliasta.
- Calimafde, J. M. (1970). *Trademarks and unfair competition*. New York.
- Callmann, R. (1987). *The law of unfair competition*. 4ª ed., New York.
- Chavanne, A. (1956). Las marcas notoriamente conocidas o de alto renombre, *Revista Mexicana de la Propiedad Industrial*, 8, p. 343.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2 ed.). Hillsdale: Elbaum.

- Constitución Política de Costa Rica** de 7 de noviembre de 1949
- Delgado Porras, A. (1988). *Panorámica de la protección civil y penal en materia de Propiedad Intelectual.*, Madrid: Editorial Civitas, p. 135.
- Di Cataldo, V. (1993.) *Segni distintivi*. Milano: Giuffrè.
- Fernández-Novoa, C. (2001). *Tratado sobre Derecho de Marcas*. Madrid.
- Gamboa Vilela, P. (2006). La Aptitud Distintiva como Requisito de Registrabilidad de las Marcas y su Regulación en la Decisión 486. *Revista de Derecho Administrativo. Editorial Círculo de Derecho Administrativo – CDA- Lima*. p. 371.
- Gil Vega, V. (2007). *Uso obligatorio de las marcas Registradas. Normativas en los países de la Comunidad Europea y en otros Quince Países*.
- Goldstein, M. (1995). *Derecho de Autor*. Buenos Aires: Ediciones La Rocca.
- Gómez Segade, J.A. (1974). *El Secreto Industrial (Know-How) Concepto y Protección*. Madrid: Editorial Tecnos S.A.
- Gómez Segade, J.A. (2001). *La propiedad industrial en España*. Madrid: Marcial Pons
- Harvey, E. (1997). *Derecho de Autor*. Buenos Aires: Ediciones Depalma, p.563.
- Jalife Daher, M. (1994). *Propiedad Intelectual*. México D.F.: Editorial Sista, p.171.
- Kemelmajer De Carlucci, A. y Puerta De Chacon, A. (1988). *Registro de Modelos y Diseños Industriales, Derechos Intelectuales 3*. Buenos Aires: Editorial Astrea, pp.147-170.
- Lanes, W.M. y Posner, R.A. (1996). *El Contenido Económico del Derecho de Marcas*. Editorial Ius Et Veritas. No. 18.
- Larrea Richerand, G. (s.f.), *Funciones del registro en la legislación comparada*. V Congreso Internacional sobre la Protección de los Derechos Intelectuales, op.cit., pp.141-150.
- Ley N° 4727 de 5 de marzo de 1971, *Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas intérpretes o ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión* (Convención de Roma, 1961)
- Ley N° 5682 de 5 de mayo de 1975, *Convención Universal sobre los Derechos de Autor (Convención de Ginebra) y sus dos protocolos*.
- Ley N° 6083 de 29 de agosto de 1977, *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*.

Ley N° 6486 de 25 de septiembre de 1980, *Convención para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la Reproducción no autorizada de sus Fonogramas.*

Ley N° 7829 de 22 de septiembre de 1998, *Convenio sobre la Distribución de Señales portadoras de Programas Transmitidos por Satélite* (Bruselas, 1974)

Ley N° 6683 de 14 de octubre de 1982, *Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos*

Decreto Ejecutivo N° 24611-J de 4 de septiembre de 1995, **Reglamento a la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos de 1998**, reformado por Decreto Ejecutivo N° 26882-J de 20 de abril de 1998.

Reglamento al Artículo 50 de la Ley de Derechos de Autor.

Ley N° 7967 de 22 de diciembre de 1999, *Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT, 1996)*

Ley N° 7484 de 28 de marzo de 1995, *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.*

Ley N° 7634 de 3 de octubre de 1996, *Arreglo de Lisboa para la Protección de Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.*

Ley N° 7982 de 3 de febrero de 2000, *Protocolo al Convenio Centroamericano para la protección de la Propiedad Industrial.*

Ley N° 7978 de 6 de enero de 2000, *Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.*

Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Ley N° 8063 de 22 de diciembre de 2000, *Ley para Identificar el Banano de Costa Rica en los Mercados Internacionales.*

Ley N° 7484 de 28 de marzo de 1995, *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.*

Ley N° 7836 de 22 de octubre de 1998, *Tratado de Cooperación en Materia de Patentes.*

Ley N° 6887 de 25 de abril de 1983, *Ley de Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Modelos de Utilidad.*

Decreto Ejecutivo N° 15222-MIEM-J de 12 de diciembre de 1983, **Reglamento a la Ley de Patentes de Invención, Dibujos y de 1983 Modelos Industriales y Modelos de Utilidad.**

Ley N° 7961 de 17 de diciembre de 1999, *Ley de Protección a los Sistemas de Trazados de los Circuitos Integrados*.

Ley N° 7975 de 4 de enero de 2000, *Ley de Información no Divulgada*.

Ley N° 7788 de 30 de abril de 1998, *La Ley de Biodiversidad*.

Ley No. 8631 de 06 de marzo 2008, *Ley de Protección a las Obtenciones Vegetales*.
Reglamento a la Ley de Protección de las Obtenciones Vegetales, Decreto Ejecutivo No. 35677-MAG.

Ley N° 8039 de 12 de octubre de 2000, *Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual*.

Ley N° 7475 de 26 de diciembre de 1994, *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)*.

Ley 5395 de 30 de octubre de 1973, *Ley General de la Salud*.

Lipszyc, D. (1993), *Derecho de Autor y Derechos Conexos*. Buenos Aires: Ediciones Unesco/Cerlalc/Zavalía, Primera Edición, p. 933.

López-Raygada y Pierino Stucchi. (2002). El Uso de la Marca Ajena en la Publicidad Comparativa: ¿una limitación al Derecho de Exclusiva o un Acto de Competencia Desleal? *Revista de Derecho Administrativo*.

Martínez Jiménez, J.E. (1977). *La función certificante del Estado*. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, Primera Edición, p. 254.

Melke Méndez, R. (2005). *El uso obligatorio de la marca bajo la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina*.

Moncada, J. (2005). *Estadística para ciencias del movimiento humano*. San José Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Mouchet, C. y Radaelli, S. (1957). *Los Derechos del Escritor y del Artista*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, p. 379.

OMPI. (1997). *Información General*. Ginebra, p. 114.

OMC. (2000). *El Acuerdo sobre los ADPIC: Visión General*. en Simposio de la OMPI para América Latina y el Caribe acerca del Acuerdo sobre los ADPIC, 13-15 de mayo de 1996, Caracas, Venezuela, publicado en Temas de Derecho Industrial y de la Competencia 1, Propiedad Intelectual en el GATT, Ciudad Argentina, p. 396.

- Otamendi, J. (2003). *Derecho de Marcas*. Editorial LexisNexis - Abeledo-Perrot.
- Pérez De Ontiveros Baquero, C. (1993). **Derecho de Autor: La Facultad de Decidir la Divulgación**. Madrid: Editorial Civitas, p. 463.
- Pérez Miranda, R. (1991). Méjico: La Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial de 1991. *Revista del Derecho Industrial*. Buenos Aires Ediciones Depalma, 39, septiembre-diciembre. p. 551.
- Ramella, A. (1913). *Tratado de Propiedad Industrial*. Madrid: Hijos de Reus Editores.
- Retondo, H. (1990). *Las funciones del registro en la legislación comparada. El Tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales*. V Congreso Internacional sobre la Protección de los Derechos Intelectuales. Buenos Aires, 4 al 7 de abril de 1990. Buenos Aires: Ediciones Zavalía, pp.119-127.
- Riofrío, J. (2003) Principios del Derecho de Marcas en la Comunidad Europea. Noticias Jurídicas. Tomando de: <http://noticias.juridicas.com/articulos/50-DerechoMercantil/200305-45595410311241.html> - foot11
- Rogel Vide, C. (1984). **Autores, Coautores y Propiedad Intelectual**. Madrid: Editorial Tecnos, p.42.
- Rogel Vide, C. (1995). **Estudios sobre Propiedad Intelectual**. Barcelona: J.M. Bosch Editor S.A., p. 219.
- Safrit, M. (1981). **Evaluation in Physical Education** (2da ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Safrit, M., y Wood, T. (1995). *Introduction to Measurement in Physical Education and Exercise Science* (3era ed.). Boston: McGraw-Hill Inc.
- Sherwood, R. (1989). *Beneficios que brinda la protección de la propiedad intelectual a los países en desarrollo*. Derechos Intelectuales 4, Buenos Aires: Editorial Astrea, pp. 73-80.
- Stumpf, H. (1984). *El Contrato de Know How*. Bogotá: Editorial Temis.

ANEXOS

Marco Legal de Registros Sanitarios

En materia de Registros Sanitarios: Para cada producto en especial, se cuenta con normativa específica:

Productos para consumo humano

Medicamentos

36039-S Reglamento para la disposición final de medicamentos, materias primas y sus residuos

35994-S Reglamento Técnico Sobre Buenas Prácticas de Manufactura para la Industria Farmacéutica, Productos Farmacéuticos y Medicamentos de uso Humano.

4189-S Reforma al Decreto Ejecutivo N° 33076-S, Medicamentos que Requieren Demostrar Bioequivalencia Terapéutica. Deróguense los artículos 1 y 2 del Decreto Ejecutivo N° 33076-S. Adiciónese de un Transitorio al Decreto Ejecutivo N° 32470-S

33575-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos

33356-S Reglamento de la Comisión Asesora de Calidad de Medicamentos

33076-S Deroga Transitorio I del Reglamento de Inscripción, Control, Importación y

Publicidad de Medicamentos y Adiciona Transitorio al Reglamento para el registro sanitario de los medicamentos que requieren demostrar equivalencia terapéutica

32467-S Reforma decreto que Fija Tasa prevista en el artículo 112 de la Ley General de Salud

- 32294-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 31740-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 31690-S Reforma Reglamento para los Estudios de Estabilidad de Medicamentos Requeridos para su Registro Sanitario ante el Ministerio de Salud de la República de Costa Rica
- 31669-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 30875-S Reforma al Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 30446-S Reforma al Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 28774-S Reforma al Reglamento Inscripción Control Importación Publicidad Medicamentos
- 28596-S Reforma al Decreto de Inscripción, Control, Importación y publicidad de medicamentos
- 36170-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 32470-S Reglamento para el Registro Sanitario de los Medicamentos que Requieren Demostrar Equivalencia Terapéutica
- 34480-S Publica Resolución N° 214-2007 (COMIECO-XLVII) Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 11.03.47:07 Productos Farmacéuticos, Medicamentos para Uso Humano, Verificación de la Calidad
- 33850-S Reglamento para los Estudios de Estabilidad de Medicamentos Requeridos para su Registro Sanitario ante el Ministerio de Salud
- 35080-S Reforma Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos

- 34925-S Modificación al Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos
- 33146-S Reglamento Técnico Centroamericano N° RTCA 11.01.02:04 Productos Farmacéuticos Etiquetado de Productos Farmacéuticos para Uso Humano
- 32470-S Reglamento para el Registro Sanitario de los Medicamentos que Requieren Demostrar Equivalencia Terapéutica
- 33725-S Reglamento de Validación de Métodos Analíticos Requeridos para el Registro Sanitario de Medicamentos ante el Ministerio de Salud
- 29444-S Reglamento de Control Estatal de Medicamentos
- 28496-S Declara medicamentos de venta libre al consumidor (Fue Derogado)
- 28466-S Reglamento de Inscripción, Control, Importación y Publicidad de Medicamentos Así modificada su denominación por el artículo 2° del decreto ejecutivo N° 35080 del 10 de febrero del 2009).
- 21085-S Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para la Fabricación y la Inspección de la Industria Farmacéutica
- 16765-S Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos Privados
- 35595-S Declara medicamentos de venta libre al consumidor
- 36041-S Reforma Decreto Ejecutivo N° 35595 del 16 de setiembre de 2009, Declara Medicamentos de Venta Libre al Consumidor
- 35994-S Reglamento Técnico sobre buenas prácticas de Manufactura para la Industria Farmacéutica, Productos Farmacéuticos y Medicamentos de Uso Humano

Alimentos

- 34394-S Reforma al Reglamento para el Enriquecimiento del Arroz
- 33124-S Reforma Reglamento para el Enriquecimiento del Arroz
- 22245-S Prohíbe insertar propaganda en los productos alimenticios
- 29506-S Adición al Artículo 1° de la Obligatoriedad de Carné que acredite como Manipulador de Alimentos del Decreto N° 24798- S
- 26829- Modifica Norma RTCR.100:1997. Etiquetado de Alimentos Preenvasados
MEIC-S
- 30030-S Reforma al Reglamento Técnico de Enriquecimiento de la Harina de Trigo de Calidad Alimentaria
- 30140-S Reforma Reglamento Técnico para la Fortificación con Vitamina A del Azúcar Blanco de Plantación para el Consumo Directo
- 31124-S Reforma Reglamento Técnico para la Fortificación con Vitamina A del Azúcar Blanco de Plantación para el Consumo Directo
- 31331-S Prohíbe la Importación, Distribución y Comercialización de Minigelatinas que Contengan el Aditivo Alimentario conocido como Konjac Fluor INS
- 31968-S Reforma Reglamento de Notificación de Materias Primas, Registro Sanitario, Importación, Desalmacenaje y Vigilancia de Alimentos
- 32468-S Reforma Registro de Productos Alimenticios y Fórmulas Infantiles, de acuerdo a la Ley General de Salud.
- 33117-S Reforma Norma RTCR 100:1997 Etiquetado de los Alimentos Preenvasados
- 33180-S Reforma Norma RTCR.100:1997 Etiquetado de alimentos Preenvasados
- 33607-S Deroga decreto Establece Nivel Máximo Bromato Potasio en Harina de Panificación
- 33724-S Pone vigencia Resolución 176-2006 176-2006 (COMIECOXXXVIII): Alimentos Procesados Proced. Licencia Sanitaria, Proced. Otorgar Registro Sanitario y Inscripción Sanitaria, Requisitos Importación Alimentos Procesados,

Industria Alimentos Bebidas Procesados

- C-124-89 Pronunciamiento de la Procuraduría General de la República
- N° 34745-S Nuevo Reglamento General de Higiene para los Manipuladores de Alimentos
- 34490-S Publica Resolución N° 216-2007 (COMIECO-XLVII): Reforma Reglamento Técnico Centroamericano Alimentos Procesados Proced. Licencia Sanitaria, Proced. Otorgar Registro Sanitario y Inscripción Sanitaria, Requisitos Importación Alimentos Procesados, Industria
- 34477-S Publica Resolución N° 215-2007 (COMIECO-XLVII) Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.04.40:07 Alimentos y Bebidas Procesadas. Grasas y Aceites. Especificaciones
- 34096-S Reglamento Técnico Vainica para Consumo en Estado Fresco
- 34100-S Reglamento Técnico Lechuga para Consumo en Estado Fresco
- 34080-S Publicación de la Resolución N° 201-2007(COMIECOXLV) Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.01.15:07 Harinas, Harina de Trigo Fortificada Especificaciones
- 30032-S Reforma a la Norma Oficial para la Sal de Calidad Alimentaria
- 18959-S Norma Oficial para la Sal de Calidad Alimentaria
- 19205-MEIC-S Norma Etiquetado Aditivos Alimentarios que se Venden como Tales
- 26012-S Norma RTCR 100:1997 Etiquetado de los Alimentos Preenvasados
- 26371-S Reglamento para el Enriquecimiento de la Harina de Trigo Calidad alimentaria
- 27021-S Reglamento Técnico para la Fortificación con Vitamina A del Azúcar Blanco de Plantación para el Consumo Directo
- 28086-S Reglamento para el Enriquecimiento de la Harina de Maíz
- 29629-S Reglamento para el Enriquecimiento de la Leche de Ganado Vacuno
- 30031-S Reglamento para el Enriquecimiento del Arroz

- 30082-S Reglamento de Registro de Personas dedicadas a la Capacitación Sanitaria para Manipulación Higiénica de Alimentos
- 30094-S Reglamento para el Control de la Publicidad de Alimentos
- 30256-
MEIC-S Reglamento Técnico sobre Etiquetado Nutricional de los Alimentos Preenvasados
- 31595-S Reglamento de Notificación de Materias Primas, Registro Sanitario, Importación, Desalmacenaje y Vigilancia de Alimentos
- 33724-S Pone vigencia Resolución 176-2006 176-2006 (COMIECOXXXVIII): Alimentos Procesados Proced. Licencia Sanitaria, Proced. Otorgar Registro Sanitario y Inscripción Sanitaria, Requisitos Importación Alimentos Procesados, Industria Alimentos Bebidas Procesados.
- 20157-S Reforma Reglamento sobre Regulación y Control de Propaganda de Bebidas Alcohólicas
- 14628-S Reforma Reglamento sobre Regulación y Control de Propaganda de Bebidas Alcohólicas
- 34666-
COMEX-S-
MEIC Publica Resolución N° 226-2008 (COMIECO-XLIX): Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.04.48:08 Alimentos y Bebidas Procesados. Néctares de Frutas. Especificaciones
- 4048-SPPS Reglamento sobre Regulación y Control de Propaganda de Bebidas Alcohólicas
- 20973-
MEIC-S Norma para el Etiquetado de Bebidas Alcohólicas (NCR 108:1991)

Equipo y Material Biomédico

- 32780-S. Cobro por Registro de Equipo y Material Biomédico.
- 34482-S. Reglamento para el Registro, Clasificación, Importación y Control de Equipo y Material Biomédico.

Plaguicidas

30043-S Para el Registro de Plaguicidas de uso doméstico e Industrial y Fertilizantes de uso Doméstico.

Cosméticos

31044-S Reforma Reglamento para Notificación, Importación y Control de Productos Cos

32642-S Reforma Reglamento para Notificación, Importación y Control de Productos Cos

Farmacéuticos

33416-S Publica Resolución N° 16-2006 (COMIECO XLIX) Reglamento Técnico Centro RTCA 11.01.02:04 Productos Farmacéuticos Etiquetado de Productos Farmacéut Humano

Productos Naturales

31207-S Reforma Reglamento para la Inscripción, Importación, Comercialización y Publi Productos con Base en Recursos Naturales Industrializados y con Cualidades Me

29317-S Reglamento para la Inscripción, Importación, Comercialización y Publicidad de l Naturales Industrializados y con Cualidades Medicinales

Productos Químicos

18822-S Prohíbe Uso en Productos del Químico Nitrobenceno

19797-S Reglamento Uso Aerosoles Incluidos Protocolo Montreal

21060- Regulación sobre Uso Hipoclorito de Sodio (Cloro)

MEIC-S

24324-S Inclusión Leyenda Cajetilla Fósforos NO LOS DEJE AL ALCANCE DE NIÑOS

- 24334-S Reglamento para Regulación del Contenido Plomo y Mercurio en Pinturas
- 24715- Reglamento para el Transporte Terrestre de Productos Peligrosos
MOPT-
MEIC-S
- 25056-S- Reglamento de Uso Controlado del Asbesto y Productos que lo Contengan
MEIC-
MINAE
- 24334-S Reglamento para Regulación del Contenido Plomo y Mercurio en Pinturas
- 25120-SP Reglamento a la Ley de Armas y Explosivos
- 25352-S Regula el Control de Productos Inhalables
- 26118-S Prohíbe Venta Público para Uso Doméstico del Dicromato de Potasio
- 27008-S RTCR 305: 1998 Transporte Terrestre de Productos Peligrosos. Señalización de las unidades de transporte de Materiales y Productos Químicos Peligrosos.
- 27008-S Simbología al Decreto 27008
- 27502-S Reglamento sobre Uso y Fabricación de Materiales Pirotécnicos
- 27567-S Requisitos para la Producción de Almacenamiento y Distribución de Gases de Hospitales
- 28113-S Reglamento para el registro de Productos Peligrosos
- 28930-S Reglamento para el manejo de productos peligrosos
- 30048-S Reglamento de Hipoclorito de Calcio para tratamiento de Agua
- 30050-S Prohíbe la fabricación, importación, tránsito, registro, comercialización y uso de materia prima o producto elaborado que contenga BIFENILOS POLICLORINADOS.
- 30051-S Prohíbe la fabricación, importación, tránsito, registro, comercialización y uso de materia prima o producto elaborado que contenga BIFENILOS POLIBROMURADOS
- 30131-S Reglamento para la Regulación del Sistema de Almacenamiento y Comercialización de Hidrocarburos
- 30718-S Reforma al Reglamento para Registro de Productos Peligrosos
- 30965-S Reglamento sobre la gestión de los desechos infecto-contagiosos que se generan en

establecimientos que prestan atención a la salud y afines.

- 31308-S Prohíbe la Importación, Distribución y Comercialización de Juguetes que contengan Tolueno y Xileno, tales como el "Yoyo Chino".
- 32852-S Requisitos y Procedimientos para el Otorgamiento de las Autorizaciones Sanitarias por parte del Ministerio de Salud para la Actividad Pirotécnica
- No.7530 Ley de Armas y Explosivos
- 19797-S Reglamento de aerosoles incluidos Protocolo Montreal

Productos para consumo animal

35485-COMEX-S-MEIC-MAG Reglamento Técnico Centroamericano RTCA
67.04.50:08 Alimentos. Criterios Microbiológicos para la Inocuidad de Alimentos
Decreto 28861-MAG: Reglamento de Registro y Control de Medicamentos Veterinarios

Para mayor información pueden remitir a la página web:
<http://www.senasa.go.cr/sitio/decretosejecutivosvigentes.html>

ANEXOS II

Universidad Estatal a Distancia
Sistema de Estudios de Posgrado (SEP)
Maestría en Propiedad Intelectual
Coordinador MBA: Rodolfo Alfaro Pineda
Teléfono: 2527-2628
Correo electrónico: ralfarop@uned.ac.cr / rock@ice.go.cr

Estimado Sr. Alfaro,

Mediante la presente confirmo que en mi condición de Gerente, Aduana Central, Ministerio de Hacienda he revisado la propuesta de seminario de graduación de los Srs. Melissa Mora Martin, Aarón Montero Sequeira y Maria Gabriela Bodden Cordero, a ser aplicado como parte del trabajo de investigación titulado: " EL EFECTO DE LA CAPACITACIÓN EN EL AREA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ADUANA CENTRAL (SAN JOSE), MINISTERIO DE HACIENDA" como trabajo final de graduación de dicha Maestría.

Así mismo, me permito confirmar que se ha fijado el día 15 de Junio, 2011 (8:00am y 2:00pm respectivamente) para la impartición del seminario a los empleados de la Aduana Central.

Quedando a sus órdenes, se despide cordialmente,


Msc. Luis Alberto Juarez Ruiz
Gerente
Aduana Central



CC: Lic. Miguel Angel Vega Segura, Sub-Gerente
Archivo / Consecutivo

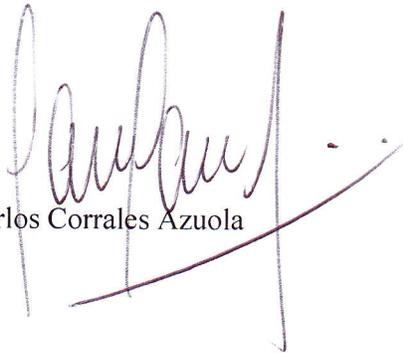
Universidad Estatal a Distancia
Sistema de Estudios de Posgrado (SEP)
Maestría en Propiedad Intelectual
Coordinador MBA: Rodolfo Alfaro Pineda
Teléfono: 2527-2628
Correo electrónico: ralfarop@uned.ac.cr/ rock@icc.go.cr

Estimado Sr. Alfaro,

Mediante la presente confirmo que en mi condición de experto en la materia de propiedad intelectual he revisado con detenimiento el instrumento adjunto consistente en un cuestionario a ser aplicado como parte del trabajo de investigación titulado: " EL EFECTO DE LA CAPACITACIÓN EN EL AREA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ADUANA CENTRAL (SAN JOSÉ) MINISTERIO DE HACIENDA " elaborado por Lic. Maria Gabriela Bodden Cordero, Melissa Mora Martin y Aarón Montero Sequeira como trabajo final de graduación de dicha Maestría.

Así mismo, me permito confirmar que el instrumento cumple con los requisitos para medir los objetivos del trabajo propuesto por sus integrantes.

Quedando a sus órdenes, se despide cordialmente,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Carlos Corrales Azuola', with a long horizontal flourish extending to the right.

Msc. Carlos Corrales Azuola

Universidad Estatal a Distancia
Sistema de Estudios de Posgrado (SEP)
Maestría en Propiedad Intelectual
Coordinador MBA: Rodolfo Alfaro Pineda
Teléfono: 2527-2628
Correo electrónico:

Estimado Sr. Alfaro,

Mediante la presente confirmo que en mi condición de experto en la materia de propiedad intelectual he revisado con detenimiento el instrumento adjunto consistente en un cuestionario a ser aplicado como parte del trabajo de investigación titulado: " EL EFECTO DE LA CAPACITACIÓN EN EL AREA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ADUANA CENTRAL (SAN JOSÉ) MINISTERIO DE HACIENDA " elaborado por Lic. Maria Gabriela Bodden Cordero, Melissa Mora Martin y Aarón Montero Sequeira como trabajo final de graduación de dicha Maestría.

Así mismo, me permito confirmar que el instrumento cumple con los requisitos para medir los objetivos del trabajo propuesto por sus integrantes.

Quedando a sus órdenes, se despide cordialmente,


Licda. Ana Grettel Coto Orozco, MPI



Universidad Estatal a Distancia
Sistema de Estudios de Posgrado (SEP)
Maestría en Propiedad Intelectual
Coordinador MBA: Rodolfo Alfaro Pineda
Teléfono: 2527-2628
Correo electrónico: ralfarop@uned.ac.cr/ rock@ice.go.cr

Estimado Sr. Alfaro,

Mediante la presente confirmo que en mi condición de experto en la materia de propiedad intelectual he revisado con detenimiento el instrumento adjunto consistente en un cuestionario a ser aplicado como parte del trabajo de investigación titulado: " EL EFECTO DE LA CAPACITACIÓN EN EL AREA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA ADUANA CENTRAL (SAN JOSÉ) MINISTERIO DE HACIENDA " elaborado por Lic. Maria Gabriela Bodden Cordero, Melissa Mora Martin y Aarón Montero Sequeira como trabajo final de graduación de dicha Maestría.

Así mismo, me permito confirmar que el instrumento cumple con los requisitos para medir los objetivos del trabajo propuesto por sus integrantes.

Quedando a sus órdenes, se despide cordialmente,

A handwritten signature in purple ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned above a horizontal line.

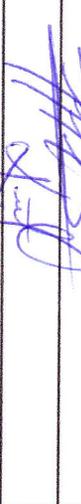
Georgina Garefá Rojas

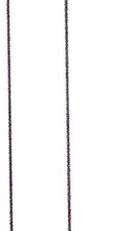
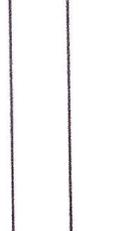
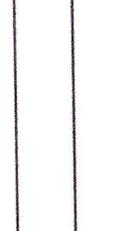
Máster en Propiedad Intelectual

Capacitación en Propiedad Intelectual
 en Aduana Central
 15 de junio de 2011

15/6/11

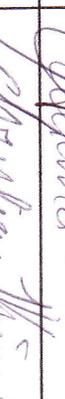
Sesión I

NOMBRE Y APELLIDOS	Firma	Correo Electrónico
1 Carlos & Alderson Salas.		alderson@hacienda.go.cr
2 Willy Quiroz Pacheco		Quiroz PM
3 Haroldo Fuentes Githicidze		fuentesgh@hacienda.go.cr
4 Karla Fuentes Jora		Fuentesmc@hacienda.go.cr
5 Galdatto giverti Galdatto		giverti@hacienda.go.cr
6 Jorge Enrique Camacho Aguilar		Camacho45@Hacienda.go.cr
7 Fancesco Viquez M		Viquez ML@hacienda
8 Karen Bonilla Garcia		bonillago@hacienda.go.cr
9 LEONARDO RODRIGUEZ CERUENTES		RODRIGUEZCE@Hacienda.go.cr
10 JOSÉ AUGUSTO DAVILA HERRERA.		Uuecashijos@Hacienda.go.cr
11 JOSÉ ADRIANA ROSALES		MEGANIT@Hacienda.go.cr
12 DIANA DIANA AVILA		victoraj@hacienda.go.cr
13 MAURI GUSTAVO SALAS G.		salasgm@hacienda.go.cr
14 JOSÉ SALVADOR DOMÍNGUEZ R.		coutinerasis@hacienda.go.cr
15 JOYANA SILVANO BATES		silvanobn@hacienda.go.cr

	NOMBRE Y APELLIDOS	Firma	Correo Electrónico
16	Leonardo Chavesma Franco		Chavesma@Hacienda.go.cr
17	José Arieta Jiménez		arietaj@hacienda.go.cr
18	José Collier Gamon		colliercs@hacienda.go.cr
19	Guadalupe Quezada Gorman		solquesada1@hotmail.com
20	Antonio Zúñiga Carvajal		Zunigaca@hacienda.go.cr
21	Jesica Garcia La Piz		garciaje@hacienda.go.cr
22	Ana Sofía Martínez		lasofiamartinez@hacienda.go.cr
23	Virginia Sanchez Rojas		sanchezmar@hacienda.go.cr
24	Jacinto Jorge Ramírez		mongej@hacienda.go.cr
25	Ana Virginia Meléndez		vasquezma@hacienda.go.cr
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			

Capacitación en Propiedad Intelectual
 en Aduana Central
 15 de junio de 2011

Sesión II

	NOMBRE Y APELLIDOS	Firma	Correo Electrónico
1	Sara E. Cedeno Samudio		CedenoSS@hacienda.gob.cr
2	SUSANO ROJAS BERRIOAL		rojasbs@hacienda.go.cr
3	Allan Cubillo Araya		cubilloaa@hacienda.go.cr
4	Juan Carlos Aguero Picado		agueroj@hacienda.go.cr
5	Haroldo Berrios		compof@hacienda.go.cr
6	Jorge Enrique Rodriguez		esquivelr@hacienda.go.cr
7	Ariana Alvarado Martinez		alvaradoma@hacienda.go.cr
8	Susana Skinner Lorent		skinnerg@hacienda.go.cr
9	Oscair Alvarado Brenes		alvaradobe@hacienda.go.cr
10	Rocio Chaves Holman		ChavesRm@hacienda.go.cr
11	Aracely Jaeger		jaegera@hacienda.go.cr
12	Karina Románich Fogli		karinaf@hacienda.go.cr
13	Yajaira Quintanilla		quintanilla@hacienda.go.cr
14	Aracely Jaeger		jaegera@hacienda.go.cr
15	Aracely Jaeger		jaegera@hacienda.go.cr

	NOMBRE Y APELLIDOS	Firma	Correo Electrónico
16	Wendy Pérez Cabero		perezcw@hacienda.go.cr.
17	Ileana López Aguilar		lopezai@hacienda.go.cr.
18	Amor Burgos Plata		malcaburgosm@quimoras/burgosmm@hacienda.go.cr
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			