

Herramientas estratégicas para el fomento de la
**COMPETITIVIDAD VERDE
EN PARAGUAY**

ÁMBITO
**PROPIEDAD
INTELECTUAL**



**GOBIERNO DEL
PARAGUAY**

MINISTERIO DE
AGRICULTURA Y
GANADERÍA

DIRECCIÓN NACIONAL
DE PROPIEDAD
INTELECTUAL



COMITÉ TÉCNICO DE PROMOCIÓN DE
LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA - CTPO

MEDIDA COMPETITIVIDAD VERDE EN CADENAS DE VALOR



Implementada por:

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Herramientas estratégicas para el fomento de la
**COMPETITIVIDAD VERDE
EN PARAGUAY**

ÁMBITO
**PROPIEDAD
INTELLECTUAL**



 **GOBIERNO DEL PARAGUAY** | **MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA** | **DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INTELLECTUAL**


COMITÉ TÉCNICO DE PROMOCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ORGÁNICA - CTPO

MEDIDA COMPETITIVIDAD VERDE EN CADENAS DE VALOR


cooperación
alemana
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Implementada por:
 **giz** Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Autoridades

Por el **Ministerio de Agricultura y Ganadería – MAG**

Dr. Vet. Carlos Alcibíades Giménez Díaz, Ministro de Agricultura y Ganadería

Ing. Agr. Víctor Manuel Coronel Correa, Viceministro de Agricultura

Por la **Dirección Nacional de Propiedad Intelectual – DINAPI**

Abg. Claudia Lorena Franco, Directora Nacional

Abg. Silvia Cabañas, Directora General de Propiedad Industrial

Por la **Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH**

Ing. Agr. Santiago Ariel Rolón, Responsable de Implementación de Proyectos

Ficha Técnica

Elaborado por

Abg. Mónica Hume, Directora de Promoción y Prevención-DINAPI

Abg. Patricia Schembori, Directora IG/DO-DINAPI

Ing. Agr. Ricardo Fernández Ramírez, Consultor - Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Equipo técnico

Abg. Mónica Hume, Directora de Promoción y Prevención-DINAPI

Abg. Patricia Schembori, Directora IG/DO-DINAPI

Lic. MSc. Víctor Jesús Argüello Meza, Consultor

Ing. Agr. José Alfredo Araújo Acosta, Consultor

Méd. Vet. Néstor Espínola, Asesor Nacional - Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Ing. Agr. Pedro Fernández, Asesor Nacional - Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Diseño editorial por Celeste Prieto

Se autoriza la reproducción total o parcial del presente material, sin fines comerciales, citando adecuadamente la fuente.

La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo del Ministerio Federal Alemán de Cooperación Económica y Desarrollo – BMZ y la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Su contenido es responsabilidad exclusiva de los autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la BMZ- ni de Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

San Benigno 1315 c/ Cnel. Torres. Asunción – Paraguay

Casilla de Correo 1859

Teléfono +595 21 608184

www.giz.de/paraguay

Acerca del uso del lenguaje de género. El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre mujeres y hombres es una de las preocupaciones de nuestra organización. Sin embargo, su utilización en nuestra lengua plantea soluciones muy distintas, sobre las que los lingüistas aún no han llegado a un acuerdo unívoco. En tal sentido, y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español «o/a» para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por utilizar el masculino genérico clásico, por lo que las menciones en tal género representan siempre a todos, ya sean mujeres u hombres, abarcando ambos sexos.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	9
SIGLAS UTILIZADAS	11
INTRODUCCIÓN	13
ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO	15
PARTE I. MANUAL PARA EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD VERDE. ÁMBITO PROPIEDAD INTELECTUAL	17
CAPÍTULO 1	21
ESTRUCTURA INSTITUCIONAL DE GESTIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL	21
1. Dirección Nacional de Propiedad Intelectual DINAPI	21
2. Dirección General de Propiedad Industrial	22
3. Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen	22
4. Dirección de Marcas	22
5. Ministerio de Agricultura y Ganadería	23
6. Gobernaciones	23
7. Municipalidades	24
CAPÍTULO 2	25
MARCO CONCEPTUAL	25
1. Derechos intelectuales	25
2. Derechos de Propiedad Industrial	25
3. Derechos de Autor y Derechos Conexos	25
4. Marcas	25
5. Marcas Colectivas	26
6. Marcas de Certificación	26
7. Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. IG/DO	26
8. Diferencias entre IG y DO	27
9. Área de producción y diferencias para las IG/DO	27
10. Criterios no políticos para delimitar áreas IG/DO	27
11. Beneficios de la protección IG/DO	28
12. La promoción de las IG/DO. Actores territoriales	28
13. El Agente de Propiedad Industrial	29
14. De la solicitud preliminar de reconocimiento de IG/DO	29
15. Los estudios e informes técnicos preliminares para IG/DO	30
16. Comité de Promoción IG/DO	30
17. Comité Regulador IG/DO	30
18. Registro de la IG/DO	30
19. Elementos diferenciadores de IG/DO vinculados con el territorio	31
20. Diferencia entre IG/DO y Marcas Colectivas	31
21. Procesos iniciados de IG/DO	31
CAPÍTULO 3	33
SANCIONES ADMINISTRATIVAS Y HECHOS PUNIBLES	33
1. Faltas, infracciones, contravenciones y sus sanciones	33
2. Sanciones	33
3. Sanciones a personas fuera del sistema de protección	33
4. Procedimiento sancionatorio	34
5. Sanción penal	34

CAPÍTULO 4	35
MARCO LEGAL	35
1. Constitución Nacional de 1992	35
2. Convenios internacionales, leyes y decretos	35
3. Ley 4923/13 de IG/DO	36
4. Ley 1294/98 de Marcas	37
5. Ley 4798 que crea la DINAPI	38
6. Decreto 1286/19 que reglamenta la Ley 4923/13, de IG/DO	38
7. Resoluciones emanadas de la Dirección IG/DO	38
8. La OOMPI y el Ámbito de Protección en los Tratados	39
9. Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial – 1883	40
10. Acuerdo de Madrid	41
11. Organización Mundial del Comercio	41
12. Acuerdo de Lisboa	42
PARTE II. GUÍA PARA EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD VERDE. ÁMBITO PROPIEDAD INTELECTUAL	45
1. INTRODUCCIÓN	47
CAPÍTULO 1	48
1. El objetivo de la Guía	48
2. Objetivos específicos	48
3. Quienes pueden usar la presente Guía	49
4. Preguntas de análisis para el uso de la Guía	49
CAPÍTULO 2	50
ROLES EN EL PROCESO DE REGISTRO	50
1. El Facilitador	50
2. El Agente de Propiedad Industrial	50
3. El Emprendedor. Comité. Empresario. Asociación	50
4. Instituciones de promoción	50
5. La asociatividad como elemento clave del proceso	50
CAPÍTULO 3	51
1. Proceso para fomentar la protección de signos distintivos	51
2. Cómo se operan las acciones en territorio	52
3. Trabajos previos al registro del signo	52
4. Quiénes pueden solicitar reconocimiento de IG/DO	52
5. Reuniones de socialización	53
6. Trabajos en conjunto de los actores interesados	53
CAPÍTULO 4	55
LA SOLICITUD DE REGISTRO IG/DO	55
1. Documentos requeridos para una solicitud de reconocimiento preliminar	55
2. Conformación del Comité de Promoción	55
3. Quiénes podrán conformar el Comité Regulador	55
4. Identificar a los actores relevantes	56
5. Convocar a los actores relevantes	56
6. Establecer una mesa de trabajo	56
7. Diseñar el marco normativo	56

8. Elección de los representantes	56
9. Aprobación del marco normativo	56
10. Puesta en marcha del comité	56
11. Contrato de un escribano público	56
12. Diseñando el logotipo de IG/DO y Marca Colectiva	57
13. Identificar el tipo de signo que se desea registrar	57
14. Contratación de un Agente de Propiedad Industrial	58
15. Poder al Agente de Propiedad Industrial para representación	58
16. Preparar la solicitud de registro	58
17. Presentar la solicitud de registro	59
18. Evaluación de la solicitud	59
19. Publicación en el Boletín Oficial	59
20. Emisión del certificado de registro	59

CAPÍTULO 5 **60**

LA CONSTRUCCIÓN DE UN SIGNO – EL NOMBRE, EL DIBUJO, LOS COLORES **60**

1. El proceso de construcción de la Marca Colectiva FENAPROA Py	60
2. El proceso de construcción de la Marca Colectiva El Carrizal	62
3. El proceso de construcción de la marca PIRIYACA	62

PARTE III. PARA EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD VERDE. ÁMBITO PROPIEDAD INTELECTUAL **63**

INTRODUCCIÓN **65**

CAPÍTULO 1 **65**

LEYES, MODELOS DE DOCUMENTOS **65**

1. Ley de Marcas. En el Anexo	65
2. Ley IG/DO. En el Anexo	65
3. Decreto reglamentario. En el Anexo	65
4. Solicitud Preliminar de IG/DO	65
5. Documentos referenciales	65
6. Listado de actores clave	66
7. Estatutos Sociales. Borrador	67
8. Reglamento interno de uso de Marca Colectiva. Ejemplo	75
9. Nota modelo a actores clave para conformar el Comité Regulador	77
10. Nota modelo para solicitud preliminar de reconocimiento	78
11. Especificaciones técnicas	79
12. Acta de Constitución. Borrador	80
13. Costos generales	81
14. Formulario-IG/DO Versión-1.0-2	82
15. Formulario de Renovación IG/DO	85
16. Formulario-001-REGISTRO-de-MARCAS-Versión-3.0	88
17. Formulario 015 ANEXO TITULARES-Marcas	89

REFERENTES Y ESPECIALISTAS **91**

PRESENTACIÓN

Este material, elaborado en el marco de la Medida Competitividad Verde y presenta estrategias de promoción para impulsar la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el ámbito de las iniciativas productivas de las organizaciones de productores de tipo agricultura familiar en el país. Uno de los principales objetivos es fomentar la comprensión y la decisión para la adopción de la Competitividad Verde como un enfoque integral que abarca las dimensiones del desarrollo sostenible: económicas, ambientales y sociales.

En el ámbito de la Propiedad Intelectual, se busca inspirar a las organizaciones rurales, urbanas, empresas y entidades públicas y privadas a adoptar medidas concretas para mejorar la gestión ambiental, las capacidades sociales, fortalecer la posición competitiva y contribuir al desarrollo sostenible a través de signos distintivos como: Indicación Geográfica, Denominación de Origen, Marcas Colectivas y otros.

La Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual (DINAPI) tiene como misión, diseñar, implementar, fomentar y coordinar las políticas públicas de propiedad intelectual, concediendo la protección de los derechos derivados de la materia a fin de garantizar la seguridad jurídica a sus titulares. Como visión, ser una institución comprometida con la mejora continua en la calidad de su gestión, para contribuir con el desarrollo del país mediante la protección de los derechos de propiedad intelectual.

En cuanto a sus objetivos, la DINAPI tiene definida la aplicación administrativa de las normas destinadas a la protección de los derechos de propiedad intelectual, de acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Nacional, las leyes que rigen la materia, los tratados y convenios internacionales concernientes, suscritos y ratificados por la República del Paraguay.

Los nombres de lugares o tradiciones de ciertos productos son protegidos en la mayor parte del mundo, y también en el Paraguay. Es así que con la Ley 4923/13 se diseña la herramienta jurídica que protege las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, IG/DO en general para todos los productos, sin discriminación alguna.

Además de los signos de IG/DO existen otros como la Marca y la Marca Colectiva que también son objetos de análisis por parte de este manual de manera que el lector, el emprendedor, el estudiante o el técnico que asesora a alguna organización tenga a disposición información relevante sobre estos signos para entender el concepto y las posibilidades de aplicación.

Para ese fin la DINAPI realiza, desde las direcciones técnicas de IG/DO y la Dirección de Promoción y Prevención (DPP), actividades de promoción y fomento a través de capacitaciones y charlas permanentes sobre la importancia de las IG/DO como herramienta de la propiedad industrial para el desarrollo económico en todo el país, por lo que el Manual se constituirá en un aporte de gran valor a las actividades de referencia, siendo el resultado de los aportes en conocimiento y experiencias de los técnicos de la DINAPI plasmados en un material físico para los facilitadores y en general para todos aquellos que lo necesiten.

SIGLAS UTILIZADAS

ADPIC	Acuerdo sobre Aspectos de Propiedad Intelectual relativos al Comercio
BMZ	Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo
CV	Competitividad Verde
D IG DO	Dirección de Indicación Geográfica y Denominación de Origen
DEAg	Dirección de Extensión Agraria
DGO	Dirección General de Observancia
DGPI	Dirección General de Propiedad Industrial
DINAEM	Dirección Nacional de Emprendedurismo
DINAPI	Dirección Nacional de Propiedad Intelectual
DINCAP	Dirección Nacional de Coordinación y Administración de Proyectos
DO	Denominación de Origen
DPP	Dirección de Promoción y Prevención
FENAPROA Py	Federación de Productores Acuícolas del Paraguay
FortaleceRes	Proyecto Fortalecimiento de la Resiliencia de la Población Rural Vulnerable
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
GIZ	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit
IG	Indicación Geográfica
INAN	Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición
IPTA	Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería
MC	Marca Colectiva
MIC	Ministerio de Industria y Comercio
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONA	Organismo Nacional de Acreditación
ONGs	Organización No Gubernamental
ORMIC	Oficina Regional del Ministerio de Industria Y Comercio
PI	Propiedad Intelectual

PMRN	Proyecto Manejo de Recursos Naturales
PPPIs	Proyectos Públicos Privados Integrados
PROCADENAS	Proyecto promoción de la producción pecuaria diversificada y sustentable
SENACSA	Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal
SENAVE	Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semilla
UE	Unión Europea

INTRODUCCIÓN

Este material, fue elaborado en el marco de la Medida Competitividad Verde y pretende contribuir con una visión conceptual sobre la Competitividad Verde - CV en Paraguay y presenta estrategias de promoción para impulsar la implementación efectiva de prácticas sostenibles en el ámbito de las iniciativas empresariales de las organizaciones de productores de tipo agricultura familiar en el país. Uno de los principales objetivos es fomentar la comprensión y la decisión para la adopción de la Competitividad Verde como un enfoque integral que abarca las dimensiones del desarrollo sostenible, económicas, ambientales y sociales.

En el ámbito de la Propiedad Intelectual, se busca inspirar a las organizaciones rurales y urbanas, empresas y entidades públicas del Estado paraguayo y privadas a adoptar medidas concretas para mejorar el desempeño ambiental y las capacidades sociales, fortalecer su posición competitiva y contribuir al desarrollo sostenible a través de signos como Indicación Geográfica, Denominación de Origen, Marcas Colectivas y otros.

La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual – DINAPI y la Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ, en setiembre del año 2022, han acordado como objetivo establecer las bases de cooperación entre ambas, propiciando el fortalecimiento y el desarrollo institucional, promoviendo el cumplimiento del Plan Nacional de Propiedad Intelectual, en el Eje Estratégico Fortalecimiento del **Sistema Nacional de Propiedad Intelectual**.

Fueron desarrollados –en el marco del mencionado acuerdo– eventos de difusión, promoción y capacitación, mediante cursos, talleres y seminarios, relacionados a la Propiedad Intelectual, para dar a conocer los signos IG, DO, MC, con el objeto de que la sociedad disponga del conocimiento y las herramientas para incorporar estos a sus empresas u organizaciones y fortalecer la competitividad. Parte del contenido expuesto en este material fue presentado en el Curso FOR FOR que se desarrolló entre los meses de marzo y agosto del año.

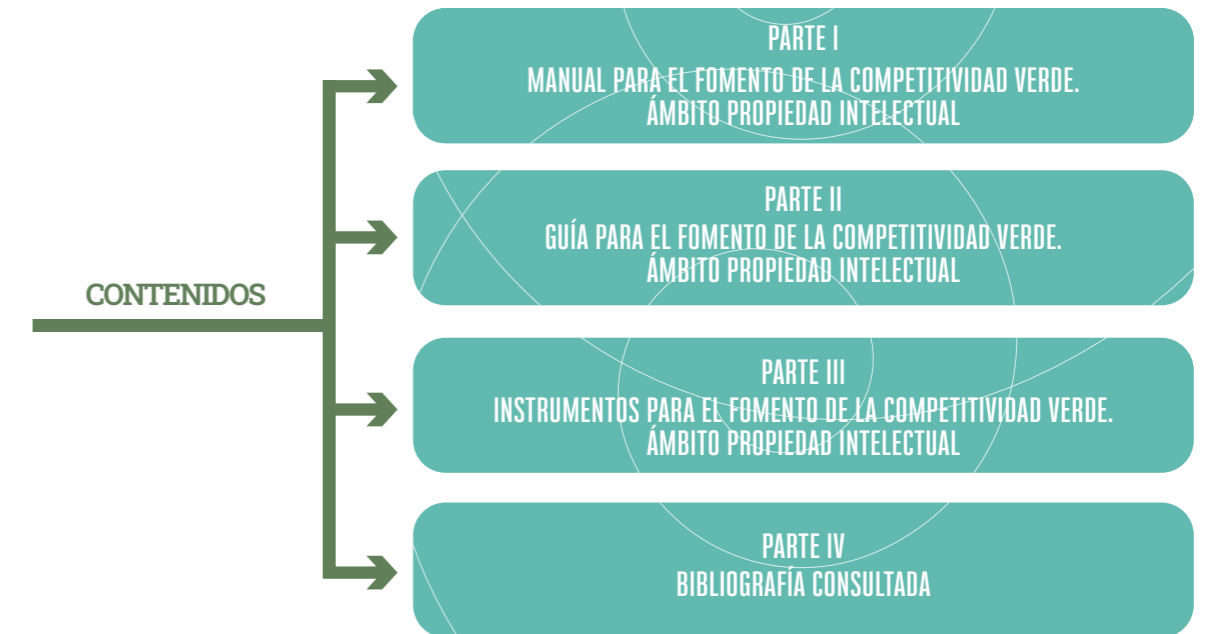
De igual forma, con el Ministerio de Agricultura y Ganadería y la Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ, por encargo del BMZ, vienen ejecutando diversos proyectos en los ámbitos prioritarios del desarrollo rural y la conservación de los recursos naturales.

Estos contenidos, sumados a los enfoques de cadenas de valor, la recuperación verde, la certificación de productos orgánicos, la indicación geográfica o denominación de origen, tienen el potencial de aportar al producto el enorme valor agregado del medio natural en el cual se desarrollan los sistemas productivos y por consiguiente generar productos con sentido económico, social y ambiental. Sobre esta base se ha generado la propuesta de la medida, consolidación de la Competitividad Verde en cadenas de valor.

Este documento está organizado en tres apartados ordenados de la siguiente manera: En el primer apartado, denominado Manual, se describen los conceptos que son necesarios comprender (por ejemplo marca, signo, institucionalidad, normativas y otros). En

el segundo apartado, designado Guía, se describe el proceso que se debe seguir desde conocer los signos, los conceptos, hasta lograr el registro del signo en la DINAPI. El tercer apartado, nombrado Herramientas —otros autores denominan a esta sección, Instrumentos—, contiene elementos que pueden ser útiles al lector (al emprendedor o al facilitador de procesos) y que estos le permitan encontrar algunos modelos¹ o formularios para facilitar, sobre todo, los procesos de gestión. Se aclara nuevamente que el documento no reemplaza el trabajo del Agente de Propiedad Industrial, quien es el que está habilitado por el órgano rector para los registros de los signos. En los casos posibles y donde es necesario, se remite mediante un enlace al sitio de internet donde se puede consultar el documento completo que se referencia.

ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO



Esquema de una aproximación a un proceso de Gestión de un signo distintivo de propiedad industrial

Procesos previos						DINAPI				
Facilitador Egresado FOR FOR que conoce el proceso	Emprendedor - Empresario - Comité - Asociación Autoridades territoriales Autoridades institucionales Técnicos	Interés en identificar el producto. Signo	Facilitador que conoce procesos en general	Discusión de objetivos Generación de documentos Signos distintivos ²	Establecer ideas generales para diseño de documentos, estatutos, eeglamentos. Definir los signos. Diseñar los logos.	Contratar Agente de Propiedad Industrial	Presentación de la solicitud reconocimiento y registro de signos distintivos. Proceso de registro	Análisis de documentación	Expedición del Certificado de Registro	Protección por un plazo de 10 años. Renovable
Facilitador	Interesados	Facilitador Interesado				Agente	Agente - Interesado	DINAPI Agente	DINAPI	Titular del Derecho

Fuente: Elaboración propia

[1] Estos modelos son meramente referenciales. No implican aprobación ni compromiso de ninguna de las partes.

[2] Estos signos hacen referencia a IG/DO, MC, Marcas en general.

PARTE I

**MANUAL
PARA EL FOMENTO
DE LA COMPETITIVIDAD VERDE**

**ÁMBITO
PROPIEDAD INTELECTUAL**

1. Introducción

Este material es un documento que compila aspectos generales y específicos en relación a la Propiedad Intelectual, haciendo referencia a los signos utilizados y que sirven para distinguir productos o servicios, registrarlos y protegerlos de conformidad a la normativa vigente en el Paraguay y en el mundo.

Hace una revisión de la organización institucional, representada por la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual – DINAPI, encargada de atender, regular y defender en casos necesarios lo referido a una organización y su propiedad intelectual.

Es intención que este Manual, planteado de manera sencilla, permita facilitar a sus lectores, los conocimientos básicos acerca de cómo funciona la institución, el sistema de registro y el proceso para que el signo que se registre esté protegido por todo el sistema legal.

Así de esta forma poder contribuir a la difusión de la normativa, que otorga un valor agregado al producto o servicio que se pone a disposición en el mercado, y su protección, para obtener y disfrutar los beneficios que corresponden conforme a la clase a la cual se ha registrado el producto o servicio.

La Medida Competitividad Verde, toma los desafíos propuestos de prácticas sostenibles ambientalmente, económicamente rentables y con fuerte promoción del desarrollo de redes sociales, y propone, mediante este documento, sistematizar los procesos técnicos, desarrollar capacidades y validar instrumentos para acompañar iniciativas territoriales hacia la producción orgánica y el registro de signos distintivos.

2. Objetivo general

Promocionar y fomentar el conocimiento acerca del uso de los signos como las Marcas, las Indicaciones Geográficas, las Denominaciones de Origen y las Marcas Colectivas como herramientas de protección jurídica del derecho intelectual de uso corporativo o asociativo, para entender su importancia para los sectores de la producción, comercio y servicios, de la comunidad y del consumidor final en el mercado nacional.

Con el documento que se presenta, su difusión a actores sociales, políticos, empresariales y otros, podrá lograr que los usuarios puedan:

Identificar a los sectores de producción con potencial para registrar Marca, IG/DO MC u otros signos de propiedad intelectual.

Planificar actividades tendientes a fomentar el registro de los diferentes signos.

Definir la importancia de los signos en la cadena de valor de los productos o servicios que pueden ser registrados y protegidos.

3. Objetivos específicos

Elaborar un listado de productos nacionales con potencial IG/DO.

Analizar las características de los productores y la comunidad.

Explicar los conceptos y las ventajas de los signos Marcas, IG, DO, MC y de Marcas de Certificación.

Mostrar el procedimiento a seguir —que se encuentra en el Manual— para obtener la protección de los diferentes signos.

4. Cómo usar este material

El documento es para uso de personas interesadas en conocer cómo funcionan las herramientas de Propiedad Intelectual, Marcas, Indicación Geográfica, Denominación de Origen y Marca Colectiva.

Está diseñado para ser utilizado por técnicos extensionistas de la DEAg, técnicos de las municipalidades o gobernaciones o de otras dependencias que tienen como objetivo la promoción del desarrollo. Se pretende que dichos actores del desarrollo encuentren en el material los elementos necesarios para difundir y socializar las herramientas a la ciudadanía en general y en particular, dando énfasis a los emprendedores, empresarios, promotores del emprendedurismo y la asociatividad.

Sería interesante utilizar el material en otros espacios de formación, como por ejemplo en la academia o en espacios similares al Curso FOR FOR, implementado por la medida donde participaron actores que representan a esas organizaciones rurales que están trabajando para registrar un signo y proteger un producto con una marca. Del mismo modo, sería importante que referentes de diversos sectores, incluyendo profesionales de varias disciplinas (como agrónomos, veterinarios, abogados, administradores de empresas, empresarios, etc.) y técnicos de dependencias de referencia (como el Servicio Nacional de Calidad y Salud Animal SENACSA, Servicio Nacional de Calidad y Sanidad Vegetal y de Semilla SENAIVE, Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria IPTA, Organismo Nacional de Acreditación ONA, Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición INAN, Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, etc.) usen este Manual, para contar con la mayor cantidad de personas, profesionales, funcionarios y técnicos que conozcan estos conceptos, lo cual a su vez, facilitaría la divulgación a más personas de la sociedad.

El Manual no supe el trabajo de los técnicos de la DINAPI ni de los Agentes de Propiedad Industrial. Está diseñado para difundir el potencial de las herramientas de propiedad intelectual e informar sobre los pasos y procedimientos para acceder a ellos.

También es una herramienta para el ciudadano interesado en conocer más detalles de los diferentes conceptos que hacen a un signo distintivo como ser una marca, los tipos de marca, cómo se gestionan, los requisitos, los procesos en las instituciones, etc.

CAPÍTULO 1

ESTRUCTURA INSTITUCIONAL DE GESTIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Dirección Nacional de Propiedad Intelectual DINAPI

Creada por Ley 4798 de fecha 31 de diciembre de 2012, bajo la denominación de Dirección Nacional de Propiedad Intelectual, como persona jurídica de derecho público, con carácter autárquico y patrimonio propio, como órgano de ejecución de la política nacional de Propiedad Intelectual. Se relacionará con el Poder Ejecutivo a través del Ministerio de Industria y Comercio.

Tiene por objetivo la aplicación en el área administrativa de las normas destinadas a la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Tiene establecido, entre otros los fines y las funciones:

- a. Administrar y disponer el otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual, como ser: Derechos de Autor y Derechos Conexos, Marcas, Dibujos y Modelos Industriales, Patentes de Invención y de Modelos de Utilidad, Transferencia de Tecnología, Indicaciones Geográficas y otras que pudieran legislarse o reglamentarse.
- b. Promover y fomentar la creación intelectual, tanto en su forma literaria, artística o científica, como en su ámbito de aplicación industrial, y la difusión de los conocimientos tecnológicos dentro de los sectores culturales y productivos.
- c. Administrar eficazmente los Activos de Propiedad Intelectual para propiciar la protección y uso consentido, en beneficio de nuestro país, de nuestros recursos genéticos autóctonos.
- d. Fomentar la creación y desarrollo de empresas culturales.
- e. Propiciar el reconocimiento y la utilización de los conocimientos tradicionales indígenas, a favor de los pueblos originarios.
- f. Fomentar la innovación, la investigación y el acceso a la ciencia, favoreciendo la transferencia de tecnología.
- g. Representar a los intereses nacionales, en tratados y convenios de cooperación con entidades y países en materia de propiedad intelectual.
- h. Formular las políticas nacionales en todas aquellas materias relacionadas con la protección de la propiedad intelectual, en coordinación con los ministerios y demás órganos competentes para cada caso.
- i. Promover iniciativas y desarrollar actividades conducentes al mejor conocimiento y protección de la propiedad intelectual, en el orden nacional.
- j. Dictar las reglamentaciones técnicas para la ejecución de cualquier actividad de su competencia en todo el territorio nacional, de acuerdo con la legislación pertinente.

- k. Celebrar convenios y contratos, para el cumplimiento de sus fines, con organismos nacionales públicos o privados, gobernaciones y/o municipios; así como con organismos internacionales, previa autorización de las instancias pertinentes.
- l. Registrar, habilitar y fiscalizar a personas jurídicas, públicas o privadas encargadas de la gestión colectiva de derecho de autor, así como de la titularidad de Marcas de Certificación o Marcas Colectivas, indicaciones geográficas y en general a todas aquellas que se creen para la representación y gestión de derechos de la propiedad intelectual.
- m. Propiciar la participación del sector industrial y universitario en el desarrollo y aplicación de tecnologías que incrementen su calidad, competitividad y productividad; así como realizar investigaciones sobre el avance y aplicación de la tecnología industrial, nacional e internacional y su incidencia en el cumplimiento de tales objetivos, pudiendo proponer a su vez políticas para fomentar su desarrollo.

2. Dirección General de Propiedad Industrial

Creada en el marco de la misma Ley 4798, de La Dirección General de la Propiedad Industrial, conforme el ámbito de aplicación de las Leyes 868/81 «De dibujos y modelos industriales», 1294/98 «De marcas», 1630/00 «De patentes de invenciones» y/o las que las modifiquen o reemplacen.

Cuenta con las siguientes dependencias: la Dirección de Marcas; la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos, la Dirección de Patentes, La Dirección de Indicación Geográfica y Denominación de Origen y la Dirección de Dibujos y Modelos Industriales.

3. Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

En el marco del Decreto 1286 de fecha 20 de junio del 2013 que reglamenta la Ley 4923, se establece en el art. 2.º que la Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual será la autoridad de aplicación.

En el art. 11.º del decreto, establece a la Dirección de IG/DO como los legitimados a solicitar reconocimiento y registro IG/DO de oficio y le asigna funciones en dicho decreto para la regulación del mismo.

En el Decreto 1286/2013 se asigna a la Dirección de IG/DO una serie de funciones para la administración de los Registros IG/DO.

4. Dirección de Marcas

Es la dirección técnica dependiente de la Dirección General de Propiedad Industrial que se avoca al dictamen de las solicitudes de marcas tanto en su diseño tradicional como la no tradicional.

OTRAS INSTITUCIONES QUE PUEDEN COLABORAR

5. Ministerio de Agricultura y Ganadería

El MAG es una institución que brinda servicios públicos a las asociaciones y productores para la obtención de productos agropecuarios como: yerba mate, ka'a he'e, carne vacuna, de cabra, de oveja, miel de abeja y derivados, miel negra o de de caña de azúcar, frutas como naranja, banana, piña, frutilla, etc, que pueden ser identificados y mejorados en la competitividad mediante los signos distintivos de IG/DO u otros por ser productos nacionales autóctonos o contar con características específicas que amerita su protección.

El MAG, a través de sus proyectos de investigación, transferencia de tecnologías y apoyo técnico a los productores; control de calidad de los insumos y productos agrícolas, responde de manera adecuada a las exigencias de los mercados nacionales e internacionales, ofreciendo una excelente oportunidad para vincular los procesos de propiedad intelectual a las asociaciones que tienen interés en proteger sus productos agrícolas mediante las IG/DO.

Sistema Agrario. El MAG nuclea lo que se denomina el Sistema Institucional Agrario que involucra —además del MAG— al SENAVE, al SENACSA y al IPTA, que pueden dar soporte técnico a propuestas de este tipo en los territorios donde se desarrollan las experiencias.

6. Gobernaciones

Paraguay está dividido en 17 departamentos, cada uno de los cuales es representado políticamente por una gobernación que representa al Poder Ejecutivo extendiendo la ejecución de la política nacional a su territorio cuenta con gobernador y una junta departamental cuyos integrantes son elegidos por el pueblo.

Entre sus funciones o competencias se encuentran: coordinar sus actividades con las distintas municipalidades del departamento; organizar los servicios departamentales comunes (obras públicas, provisión de energía, de agua potable y los demás que afecten conjuntamente a más de un municipio), así como promover las asociaciones de cooperación entre ellos; preparar el plan de desarrollo departamental, que deberá coordinarse con el Plan Nacional de Desarrollo, y elaborar la formulación presupuestaria anual, a considerarse en el Presupuesto General de la Nación; coordinar la acción departamental con las actividades del gobierno central, en especial lo relacionado con las oficinas de carácter nacional del departamento, primordialmente en el ámbito de la salud y la educación; disponer la integración de los Consejos de Desarrollo Departamental, y las demás competencias que fijen esta Constitución y la ley.³

La legislación nacional sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen da a cada gobernación la facultad de solicitar el reconocimiento preliminar de la IG/DO de los productos de su circunscripción. Se comprometerá a fomentar la constitución de comités reguladores para la consiguiente administración de estos signos.

[3] Constitución Nacional 1992

7. Municipalidades

Las municipalidades son ejercidas por un intendente y por una junta municipal. Están facultadas por la ley respectiva a solicitar el reconocimiento preliminar de una IG/DO de los productos que pasan por su circunscripción.

Se destaca entre las atribuciones la jurisdicción territorial y con arreglo a la ley, la libre gestión en materias de su competencia, particularmente en las de urbanismo, ambiente, abasto, educación, cultura, deporte, turismo, asistencia sanitaria y social, instituciones de crédito, cuerpos de inspección y de policía; la administración y la disposición de sus bienes; la elaboración de su presupuesto de ingresos y egresos; la participación en las rentas nacionales; la regulación del monto de las tasas retributivas de servicios efectivamente prestados, no pudiendo sobrepasar el costo de los mismos; el dictado de ordenanzas, reglamentos y resoluciones; el acceso al crédito privado y al crédito público, nacional e internacional; la reglamentación y la fiscalización del tránsito, del transporte público y la de otras materias relativas a la circulación de vehículos, y las demás atribuciones que fijen esta Constitución y la ley.

CAPÍTULO 2

MARCO CONCEPTUAL

1. Derechos intelectuales

Son el conjunto de normas jurídicas que estudian toda la relación que existe entre el ser con su creación, sea esta desde el punto de vista de la propiedad industrial como también desde el escenario de los Derechos de Autor y Derechos Conexos.

2. Derechos de Propiedad Industrial

Es la rama del derecho intelectual que estudia todo lo relacionado con los signos distintivos y su protección, tales como marcas, patentes de invención, dibujos y modelos industriales, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, y los conocimientos tradicionales y recursos genéticos.

Es la rama que protege a estos signos como un activo o bien intangible, estableciéndose para cada uno de ellos regímenes de procedimientos distintos unos con otro, siempre en el ámbito administrativo como también judicial, en caso de conflictos.

3. Derechos de Autor y Derechos Conexos

Es el conjunto de normas jurídicas que protegen los derechos de los creadores de obras originales como libros, músicas, películas, fotografías, softwares, entre otros.

Estos derechos otorgan al titular de la obra el control exclusivo sobre cómo se utiliza, distribuye y reproduce su obra así como también el de recibir remuneraciones por el uso.

Por otro lado, los derechos conexos son un conjunto de leyes que protegen los derechos de los artistas, intérpretes y ejecutantes, así como de los productores fonográficos, audiovisuales, películas, grabaciones de sonido, entre otros. Estos derechos otorgan a los titulares el control sobre las interpretaciones.

SIGNOS DISTINTIVOS DENTRO DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

4. Marcas

Las marcas son signos, números, símbolos, nombres frases o diseños que se utilizan para identificar y distinguir los productos y servicios de una empresa de los de otras empresas. Las marcas pueden ser registradas y protegidas por la ley para evitar que otras empresas o personas las utilicen sin autorización.

Conforme nuestra legislación vigente, la Ley 1294/98 en su art. 1° se establece que son marcas, todos los signos que sirvan para distinguir productos o servicios. Las marcas podrán consistir en una o más palabras, lemas, emblemas, monogramas, sellos, viñetas, relieves; los nombres, vocablos de fantasía, las letras y números con formas o combinaciones

distintas; las combinaciones y disposiciones de colores, etiquetas, envases y envoltorios. Este listado es meramente enunciativo.

5. Marcas Colectivas

Entre las marcas encontramos a las Marcas Colectivas que son signos pero que se utilizan para identificar los productos o servicios de un grupo o colectivo de empresas que comparten ciertas características o cualidades como la calidad, el origen, el procedimiento o algún otro elemento que tengan en común.

La publicación de la Marca Colectiva, contendrá además un extracto del reglamento del uso, incluyendo las condiciones esenciales del uso. El titular de la Marca Colectiva comunicará a la DINAPI toda modificación introducida en el reglamento de uso.

Estas Marcas Colectivas permiten que un grupo de asociaciones o empresas puedan trabajar juntas para promocionar y proteger sus productos o servicios en común, como la marca reconocida JUAN VALDEZ, para identificar a los cafés de Colombia cuyo titular es la Confederación de cafeteros de Colombia.

El caso de la Federación de Productores Acuícolas del Paraguay, FENAPROA Py y Miel de abejas El Carrizal. En el marco de la Medida Competitividad Verde se está gestionando el registro de dos Marcas Colectivas. El Carrizal, que es una miel producida por la Asociación de Productores Apícolas de Ñeembucú y FENAPROA Py que es la Marca Colectiva que promociona el pescado y los sub productos que tienen los asociados a la Federación de Productores Acuícolas del Paraguay.

6. Marcas de Certificación

Las Marcas de Certificación son aquellas que se utilizan para identificar los productos o servicios que cumplen con ciertos estándares o criterios de calidad, establecidos por una organización independiente o alguna autoridad pública. Estas marcas permiten que los consumidores identifiquen fácilmente los productos o servicios que cumplen con ciertos criterios de calidad o características específicas.

Como ejemplo en Paraguay tenemos el de la Cámara Paraguaya de Cloro CAPACLOR que certifica que un producto con cloro cumple con los estándares establecidos para el mercado nacional. Un ejemplo podría ser la Certificación Orgánica, que identifica los productos que cumplen con ciertos estándares y criterios de producción ecológicas y sustentables.

7. Las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. IG/DO

Son nombres de lugares, país, ciudad, región, departamento o localidad, que sirven para designar a un producto originario de algunos de estos, cuya cualidad, reputación o característica, deriva de dicho lugar y al medio geográfico en el cual se produce, comprendidos los factores naturales como actividad humana.

También son nombres no geográficos con los que se les conoce al producto agrícola o alimenticio que cumplan las mismas condiciones.

LAS IG/DO Y SUS PARTICULARIDADES

8. Diferencias entre IG y DO

La legislación nacional establece las dos figuras similares con pequeñas diferencias como signos de protección, y ellas son:

Indicación Geográfica IG. Conforme la Ley 4923/2013, conceptualiza en su art. 2.º. El nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de estos, cuando determinada cualidad, reputación, u otra característica sea imputable o atribuible fundamentalmente a su origen geográfico.

Denominación de Origen DO. El nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de estos, y cuya calidad o características se deban esencial o exclusivamente al medio geográfico en el cual se produce, comprendidos los factores naturales, así como los que sean resultado de la actividad humana.

El Caso Ñeembucú y Yegros. En el marco de la Medida Competitividad Verde las asociaciones están trabajando en sus signos que responden a la Indicación Geográfica. Una de ellas es la Miel de los Humedales del Ñeembucú y la otra es el Licor de Yegros. Ambos casos están (al momento de la preparación de este documento), a través de sus respectivos Comités Reguladores, en proceso de Inscripción del registro en la DINAPI.

9. Área de producción y diferencias para las IG/DO

La diferencia fundamental consiste en el vínculo con el lugar de origen, que es más fuerte en la DO, en la que además deben existir factores naturales y humanos que otorguen características específicas al producto, mientras que en una IG basta que cumpla con un solo criterio atribuible al origen geográfico, ya sea una calidad, reputación u otra característica.

Para las DO, se entenderá como área de producción a la zona geográfica de donde proviene la materia prima y en la cual deban realizarse los procesos de elaboración o transformación, de curación o maduración y de terminación o envasado, según corresponda, y no fuera de dicha zona.

Para las IG, se entenderá como área de producción a la zona que constituye el centro de extracción y/o elaboración o transformación del producto que puede abarcar todo el territorio del país, siendo un requisito que la fase de producción que otorga al producto su carácter distintivo, tenga lugar en la zona designada como IG.

10. Criterios no políticos para delimitar áreas IG GO

Estas son destinadas a establecer la homogeneidad de una zona de producción y el carácter distintivo en comparación con otras zonas. Estos criterios son los siguientes:

- a. **Características naturales** como ríos, curvas de nivel y otras características físicas o topográficas.

- b. **Características geográficas** tales como el suelo, el drenaje, el clima, el riego y la elevación de la zona.
- c. **Características del trabajo humano** como por ejemplo la selección de las variedades y métodos de producción.
- d. **Factores históricos y tradicionales.**

11. Beneficios de la protección IG/DO

En la actualidad, los consumidores prestan mayor atención al origen de los productos que desean consumir, inclusive a los lugares de donde provienen, además de las cualidades o de las características de estos, por lo que las IG/DO cada vez tienen más importancia y más fuerza en el comercio, porque sirven para diferenciar entre uno y otro producto y, sobre todo, el origen de ellos. Al otorgar esta seguridad de calidad al producto, da a conocer la zona geográfica determinada.

Es así como las IG/DO pueden llegar a ser una herramienta eficaz para dar mayor valor en el mercado al producto. Al hablar de beneficios, estamos hablando de ventajas competitivas porque acrecienta valor al producto, aumenta las oportunidades de exportación y, por qué no, da fortalecimiento a la marca.

Por otro lado, las IG/DO dan protección a quien tiene el derecho de usarlo con el registro de las mismas, dando el derecho de uso, así como el derecho de impedir a quienes no lo pueden usar.

12. La promoción de las IG/DO. Actores territoriales

Personas, técnicos, o grupo interesados en promover algún signo IG/DO: en las distintas localidades donde hay elementos en determinados productos que pueden ser protegidos mediante el registro en la DINAPI, hay personas que muestran un interés en involucrarse en el proceso. Son actores sociales, técnicos de alguna institución que promueve el desarrollo, sea de la Dirección de Extensión Agraria, DEAg, de la municipalidad, de la gobernación u otra, o quizás algún emprendedor interesado en proteger algo propio del lugar.

Es en este punto donde hay una gran tarea para los técnicos facilitadores y es el espacio ideal para el uso de estos materiales.

El Manual, la Guía y las Herramientas, representa una excelente oportunidad para socializar los trabajos que se realizan conjuntamente con la DINAPI y su equipo técnico, atendiendo a que todavía hay un gran desconocimiento sobre las normativas en la sociedad, especialmente fuera de Asunción.

13. El Agente de Propiedad Industrial ⁴

Los Agentes de Propiedad Industrial son profesionales abogados, legalmente habilitados y registrados en la DINAPI. Son profesionales independientes que prestan sus servicios para asesorar, asistir y representar a personas físicas o jurídicas en el proceso de obtención de las diversas modalidades de Propiedad Intelectual conforme establecen las normas.

La Dirección Nacional de Propiedad Intelectual pone a disposición la base de datos e información de contacto de los profesionales inscritos y habilitados ante la institución para prestar servicios como Agentes de la Propiedad Industrial.

Seguidamente el formato que se encuentra en el sitio web de la DINAPI.

Agentes con Matrículas

Generar PDF Lista de Agentes

10 Registros por pagina

Buscar:

Nº AGENTE	NOMBRES/APELLIDOS	DIRECCIÓN	HABILITACIÓN	TELEFONO	PAIS
3	MERSAN, CARLOS T.	FULGENCIO R. MORENO 509- 10.P.	2022	447-739	PY
4	MERSAN GALLI, OSCAR A.	FULGENCIO R. MORENO 509 - 10.P	2022	449-052	PY
5	MERSAN GALLI, HUGO R.	FULGENCIO R. MORENO 509, 10.P.	2022	496403	PY
6	BERKEMEYER, HUGO T.	BENJAMIN CONSTANT 835 C/ AYOLAS	2022	443-213	PY
7	BERKEMEYER, MARTHA	BENJAMIN CONSTANT 835 C/AYOLAS	2022	446-706	PY
10	ABENTE BRUN, VICTOR	AV. MCAL. LÓPEZ 930, EDIF. MAPFRE, 2º P.	2022	00	PY
12	VOUGA MULLER, SIEGFRIED	AVENIDA PERÚ ESQ.AV.ESPAÑA	2022	202049	PY
23	ABENTE DE SAGUIER, ANA MARIA PATRICIA	FRAY LUÍS DE LEÓN 239 E/DIEGO DE VELA	2022	91-389	PY
25	FERNANDEZ DE BRIX, WILFRIDO	BUONGERMINI 1174	2022	490-608	PY
27	GAMARRA DOLDAN, PEDRO	MÉXICO 1122 E/RCA. DE COLOMBIA Y R. DE F	2022	450804	PY

Total registros: 683 / Mostrados: 1 de 10

← Anterior 1 2 3 4 5 Siguiente →

Cabe aclarar que la DINAPI no se hace responsable de la prestación de servicios de agentes, cuya elección y contratación corre por cuenta exclusiva del interesado e interesada.

14. De la solicitud preliminar de reconocimiento de IG/DO

Es la etapa en la que se solicita la **protección preliminar** del nombre con el que se conoce al producto en cuestión. La protección es aquella que se da a partir del acto de reconocimiento preliminar de una IG/DO determinada y esto conlleva la protección ante el uso indebido de una IG/DO.

El **reconocimiento** propiamente dicho es la declaración de la autoridad de aplicación, por la cual se distingue a un producto entre los demás de su misma clase, como consecuencia de sus características y cualidades, al solo efecto de su protección preliminar.

[4] El listado actualizado de los Agentes habilitados por la DINAPI se puede encontrar en el enlace <https://servicios.dinapi.gov.py/agentes.php>

15. Los estudios e informes técnicos preliminares para IG/DO

Es interesante destacar que el solicitante del reconocimiento de una IG/DO deberá presentar previamente los documentos en un **Dossier técnico o Especificaciones técnicas**, que es el conjunto de documentos en los cuales se describen detalladamente los atributos y cualidades técnicas o no, que confieren el carácter diferenciado a un producto determinado

Los elementos que debe contener son:

- Nombre del producto.
- El proceso de producción.
- Historia de la región y límites geográficos.
- Productos que serán registrados.
- Elementos que prueban que el producto es único y de la región definida.
- Métodos de producción.
- Elementos históricos del producto en la región.
- Vínculo que demuestra que el producto y la localidad están unidos.
- Norma para el etiquetado.
- Identificación de los interesados en el registro de IG/DO.
- El área de producción para su determinación.

16. Comité de Promoción IG/DO

Se entiende por Comité de Promoción de las IG/DO, a una agrupación de personas, de hecho, o de derecho, dedicadas a la extracción, producción, fabricación y/o elaboración del producto, que promueve ante la autoridad de aplicación, el reconocimiento de una IG/DO.

Para que opere un Comité de Promoción es importante contar con el trabajo de personas que conocen los alcances y beneficios de promover el registro de un signo para proteger un producto mediante IG/DO.

17. Comité Regulador IG/DO

El Comité Regulador es una persona jurídica, constituida como asociación de utilidad pública o con capacidad restringida y abierta, integrada por quienes realicen la extracción, producción, fabricación y/o elaboración del producto amparado por una IG/DO, dedicada exclusivamente a la administración de la IG/DO para lo cual fue conformado.

Es importante destacar que estos comités tienen como funciones las de administrar la IG/DO del producto respectivo, es decir que, se constituirá un Comité Regulador para cada reconocimiento IG/DO identificado.

18. Registro de la IG/DO

Como parte del proceso de protección se realiza una segunda etapa, empezando por la solicitud de registro, a fin de que se genere el derecho de usar una IG/DO, cuyo acto ad-

ministrativo genera la constitución del derecho de usar e impedir el uso por terceros que no cumplan con los requisitos establecidos por la IG/DO, una vez que sea resuelto con la emisión del documento por la autoridad de aplicación.

19. Elementos diferenciadores de IG/DO vinculados con el territorio

Los elementos que constituyen los rasgos diferenciadores son la calidad, característica o reputación, como consideración, opinión o estima que se tiene de un producto, así como el prestigio del mismo el cual es vinculado directamente del territorio del cual proviene.

20. Diferencia entre IG/DO y Marcas Colectivas

Las Marcas Colectivas son un tipo de marcas. Se las define como signos o símbolos que sirven para distinguir un producto o un servicio por alguna característica especial y que comparten todos los miembros de la asociación titular que utilizan este signo. Estas características pueden ser el material con que se fabrica, o el modo de fabricación de productos o de servicios de empresas diferentes que utilizan la misma marca bajo un estricto control del titular y sirven en el comercio. Podrán también identificar la procedencia geográfica de los productos o servicios.

Generalmente entre las características pueden estar las de origen o lugar de producción. Es así que varios países optan por proteger estos productos o servicio con origen bajo una Marca Colectiva en vez de IG/DO.

En los Estados Unidos de América y Australia, no tienen legislación sobre las IG/DO, sino más bien protegen desde las Marcas Colectivas en algunos productos cuyo origen es el elemento en común entre todos.

Entonces, vemos que una de las diferencias es precisamente el aspecto de protección netamente sobre productos como es el caso de las IG/DO, mientras que en las Marcas Colectivas puede ser también sobre servicios y no solo en productos.

Las IG/DO solo guardan relación a nombres de lugares, mientras que las Marcas Colectivas pueden ser cualquier otro signo que identifique al producto o servicio de la empresa o asociaciones.

Las IG/DO protegen al producto que tiene una calidad, reputación que le da el lugar de origen, mientras que las MC solo identifican al producto o servicio sin necesidad de que la calidad o reputación deriven del lugar, sino más bien de cualquier otro elemento que se tenga en común.

21. Procesos iniciados de IG/DO

Hasta la culminación del presente Manual, la Dirección de IG/DO ha recibido solicitudes preliminares de reconocimientos de IG/DO, entre ellos 7 son nacionales y 3 extranjeras. Así también ha dictado 2 registros extranjeros.

Paraguay ha presentado una lista de varios nombres posibles IG/DO consideradas de «reserva» ante la Unión Europea en el marco del tratado entre la Unión Europea y el Mercosur, tratado que aún está en estado de revisión.

Seguidamente se citan algunos nombres que podrían ser considerados protegidos como IG/DO, aclarando que es una lista a modo de ejemplo no taxativa:

Item	Nombre	Producto
1	Chorizo Sanjuanino	Producto cárnico
2	Batiburrillo de Misiones	Producto cárnico
3	Frutilla de Areguá	Fruta
4	Mango de Areguá	Fruta
5	Sandía de Estanzuela	Fruta
6	Aó po'í de Yataity	Vestimenta
7	Ñanduti de Itauguá	Vestimenta
8	Poncho de 60 Lista de Piribebuy	Artesanía/Vestimenta
9	Vino de Independencia	Vino
10	Yerbamate Paraguaya	Otras bebidas
11	Stevia Paraguaya / Ka'a He'e del Paraguay	Otros productos
12	Chipa Barrero	Producto de harina
13	Chipa de Coronel Bogado	Producto de harina
14	Caña Paraguaya	Licores
15	Piedra de Cerro Koï	Minerales
16	Cerámica de Aregua	Alfarería
18	Carne del Paraguay	Producto cárnico
19	Carne del Chaco	Producto cárnico
20	Hamaca Paraguaya	Artesanía
21	Miel negra de Arroyos y Esteros	Miel de caña de azúcar
22	Melón de Yaguarón	Fruta
23	Carbón del Chaco Paraguayo	Carbón
24	Aceite de coco Paraguayo – Mbocaja	Aceite de coco
25	Cecina so'o pirú Paraguayo	Producto cárnico
26	Naranja de Gral. Bogado, Itapua	Fruta
27	Palmito Paraguayo BAAPA	Vegetales
28	Licor de Yegros ⁵	Bebida espirituosa
29	Miel de los humedales del Ñeembucu ⁶	Miel de abejas

Fuente: Elaboración propia

[5] Proceso iniciado en el marco de la Medida Competitividad Verde

[6] Proceso iniciado en el marco de la Medida Competitividad Verde

CAPÍTULO 3

SANCIONES ADMINISTRATIVAS Y HECHOS PUNIBLES

1. Faltas, infracciones, contravenciones y sus sanciones

Dentro de nuestra legislación se contemplan los casos en que tanto los autorizados para el uso de las IG/DO, como los terceros, cometen infracciones o mal uso del signo, en contra de las reglas establecidas en la legislación como en los Estatutos y Reglamentos. Estos pueden ser pasibles de sanciones administrativas.

En este sentido vemos que existen tres tipos de actos u omisiones que pueden ser considerados contrarios a las reglas establecidas y por ende susceptibles de sanciones que van desde multas hasta suspensión del uso.

Las faltas son aquellas inexactitudes en las declaraciones obligatorias, asientos en los libros, omisión de comunicaciones, incumplimiento de plazos y en general, faltas a normas similares.

Las infracciones a la producción y elaboración de productos protegidos como por ejemplo las faltas referidas a incumplimientos de los protocolos de calidad aprobados por el Comité Regulador para el producto protegido con IG/DO.

Las contravenciones se dan a las que se refieren al uso indebido de una IG/DO, las violaciones de las normas y reglamentos referidos a la utilización de nombres, símbolos y emblemas propios de una IG/DO en otros productos que no sean los protegidos o siéndolos, causen un perjuicio en su imagen o en la del régimen de IG/DO

2. Sanciones

Las sanciones cometidas por los usuarios del sistema son consecuencias de los actos y omisiones como faltas, infracciones y contravenciones, y ellas son las siguientes:

1. Multas de hasta 3.000 (tres mil) jornales mínimos para actividades diversas no especificadas en la Capital.
2. Decomiso de los productos en infracción, y previo dictamen técnico, destrucción.
3. Suspensión temporal del uso de la IG/DO.
4. Cancelación definitiva del uso de la IG/DO que deberá ser publicada en un diario de gran circulación y gaceta oficial.

Es importante destacar que la reincidencia o cuando fuese destinado el producto a exportación, las multas podrán ser aumentadas, hasta el doble de los previsto en el inciso 1.

3. Sanciones a personas fuera del sistema de protección

La DINAPI podrá imponer las sanciones previstas además a las personas físicas o jurídicas que no estuvieran adscritas al sistema de protección que se crea por nuestra legislación, cuanto:

1. Utilizaren comercial, directa o indirectamente una IG/DO registrada para productos amparados por el registro, en la medida en que sean comparables a los productos registrados bajo dicha denominación o en la medida en que al usar la denominación se aprovechen de la reputación de la IG/DO protegida.
2. Usurpen, imiten o evoquen, aunque se indique el origen verdadero del producto, aunque la denominación protegida este traducida o vaya acompañada de una expresión como género, tipo, método, estilo, imitación o una expresión similar.
3. Cualquier otro tipo de indicación falsa o falaz en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los productos, en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a los productos de que se trate, así como la utilización de envases que por sus características puedan crear una impresión errónea acerca de su origen.
4. Cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto.

4. Procedimiento sancionatorio

En todos los casos de presuntas infracciones a nuestra legislación, sea la ley, el reglamento, así como también los reglamentos internos de una IG/DO, resoluciones de comités reguladores, se deberá instruir un sumario, en el que se garanticen todos los derechos a la defensa de los presuntos infractores.

En el caso de que la DINAPI, tras el sumario detecte que la comisión de infracciones escapa a su competencia, por ejemplo, un hecho punible, deberá remitir los antecedentes al Ministerio Público y a las autoridades a quienes corresponda el juzgamiento.

Las resoluciones de la DINAPI en que se imponen sanciones serán recurribles ante el Tribunal de Cuentas, dentro de un plazo de 18 días hábiles contados desde su notificación por cédula. Este recurso no suspenderá la ejecución del acto.

5. Sanción penal

Las sanciones penales se refieren a las penas que corresponden por los hechos punibles cometidos como las falsificaciones, adulteraciones o imitaciones fraudulentas de una IG/DO de los mismos productos o similares. En estos casos las penas son de hasta 5 años de penitenciaría y multas desde 1.000 hasta los 3.000 jornales para actividades diversas no especificadas en la Capital.

También corresponderán las mismas penas al que a sabiendas tenga en depósito, ponga en venta, venda o se preste a vender o a hacer circular productos con una IG/DO falsificada, fraudulentamente imitada, ilícitamente aplicada. También se castiga la tentativa.

En los casos graves en los que se cometan los hechos punibles empleando métodos y medios de una producción industrial o comercialización masiva, produce objetos con un valor económico considerado, ocasione un perjuicio patrimonial considerado o el que utilice a un menor de 18 años para realizar el hecho punible, merecerán la pena privativa de libertad de 2 hasta 8 años.

CAPÍTULO 4

MARCO LEGAL

1. Constitución Nacional de 1992

La fuente del sistema jurídico del Paraguay es la Constitución Nacional en la cual se enuncian los derechos y obligaciones basados en los principios de respeto del patrimonio cultural y de los derechos intelectuales.

El art. 81 Del Patrimonio Cultural es muy extenso en cuanto que expresa que se tomarán medidas como para conservar, rescatar y restaurar los objetos y documentos, así como los espacios de valor históricos, arqueologías, paleontológicos artísticos o científicos, así como de sus respectivos entornos físicos todos los cuales forman parte del patrimonio cultural del país.

Esta parte remite al patrimonio material, sin embargo, dentro de cada patrimonio material se encuentra lo inmaterial que son los derechos intelectuales de una nación. Estos son una expresión de las ideas y creaciones intelectuales. Todo esto forma parte de la protección del patrimonio cultural, es decir, no todo es material, sino que hay detrás de ella todo un símbolo interior que no se puede percibir por los sentidos, es decir es abstracto, por lo expuesto precedentemente

Las IG/DO son signos que forman parte de los bienes intangibles de toda la nación, pues llevan implícito todo el conocimiento tradicional que forma parte de la identidad nacional en los productos autóctonos fruto de la creatividad del paraguayo. Por tanto, protegerlos es parte de una definición y registro como gestión del Estado para la salvaguarda y el rescate de la diversidad de expresiones de la cultura oral y de la memoria colectiva de la Nación.

El art. 110 De Los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual expresa que *Todo autor, inventor, productor o comerciante gozará de la propiedad exclusiva de su obra, invención, marca o nombre comercial, con arreglo a la ley.* Sin duda alguna, estos principios constitucionales son las bases de nuestro derecho positivo referidos a los derechos intelectuales.

2. Convenios internacionales, leyes y decretos ⁷

En este apartado se analizan someramente las normativas nacionales, leyes y decretos que refieren a los signos de protección y que están bajo la rectoría de la DINAPI en general.

También se mencionan algunos convenios internacionales de los cuales el Paraguay es signatario y que conforme la escala, también forman parte de la normativa nacional, por encima de las leyes pero por debajo de la Constitución.

Estos documentos in extenso se pueden ubicar en el sitio indicado en el pie de página.

[7] Todas las leyes a que se hace mención en este apartado se pueden descargar o consultar en el sitio web de DINAPI. <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/institucional/marco-normativo/>

3. Ley 4923/13 de IG/DO

La legislación paraguaya sobre la materia es la Ley 4923/13 de IG/DO, y tiene por objeto la protección jurídica de las IG/DO.

La legislación está constituida por 11 capítulos distribuidos de la siguiente manera:

El Capítulo I establece las disposiciones generales con cuatro artículos que contienen las definiciones de las IG/DO así como también la legitimación activa y la delimitación del área de producción. El art. 1.º refleja el objetivo de la ley estableciendo que la ley regula la protección jurídica de las IG y DO. Seguidamente en los art. 2.º numeral 1) Define las IG como .. «El nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de estos, cuando determinada cualidad, reputación, u otra característica sea imputable o atribuible fundamentalmente a su origen geográfico». Y las DO como «El nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de estos, y cuya calidad o características se deban esencial o exclusivamente al medio geográfico en el cual se produce, comprendidos los factores naturales así como los que sean resultado de la actividad humana».

En el mismo artículo, pero numeral 2), establece que «También se consideraran denominaciones de origen o indicaciones geográficas las denominaciones tradicionales, geográficas o no, que designen un producto agrícola o alimenticio que cumplen las condiciones mencionadas en el numeral 1)». En este sentido, cualquier nombre no geográfico podrá ser considerado como IG/DO siempre y cuando sean nombres tradicionales que distinguen el producto de un lugar de origen conforme el numeral 1).

En este artículo podría considerarse IG/DO cualquier producto que, aunque no lleve el nombre del lugar de origen, es así considerado por la razón de que precisamente es conocido como tal en una región específica. Es el caso del ka'á he'e, como producto agrícola o alimentario. Lamentablemente no podría entrar el Ñanduti o el Ao Po' i puesto que no son productos agrícolas o alimentarios, lo que significa que debemos agregar el nombre del lugar de origen como lo es Yataity para el Ao Po' i, e Itauguá al Ñanduti. Sería mucho mejor si estableciéramos un solo parámetro para considerar las IG/DO en Paraguay, dejando por ejemplo una frase tal que podríamos considerar a los productos en general que lleven nombres geográficos o no geográficos o tradicionales con los que se las identifican, sin distinción de tipos de productos.

En cuanto al art. 3.º establece quienes son los que podrían dar inicio al proceso de protección y menciona que «El reconocimiento y el registro de las indicaciones geográficas se harán de oficio o podrán ser ante la Autoridad de Aplicación por quienes demuestren tener legítimo interés, por tales, las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar, así como las asociaciones que los agrupen. Las autoridades departamentales o municipales también se considerarán interesadas, cuando se trate de indicaciones geográficas o denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.

El Capítulo II establece lo relacionado con al procedimiento de reconocimiento preliminar de una IG/DO. Está el procedimiento que contiene los requisitos y los procedimientos previos al registro. Es decir que se debe cumplir esta primera etapa para poder pasar a la siguiente.

En esta parte se podría mejorar la gestión para aumentar el interés de la sociedad para acceder al registro de la IG/DO.

En el Capítulo III habla del Comité Regulador, que deberá ser conformado para la administración de la IG/DO.

Del Capítulo IV del Registro de IG/DO establece el procedimiento a seguir para el registro de las IG/DO debidamente reconocidas. Y conforme a los artículos 16 – 25, la solicitud deberá realizarse dentro de los 60 días posteriores a la notificación de la Resolución del reconocimiento.

En el Capítulo V Alcance de la Protección llega hasta el artículo 27, luego el Capítulo VI De la Modificación y Extinción de los Registros hasta el hasta el art. 33.

En el Capítulo VIII refiere los temas sobre las faltas, infracciones, contravenciones y sanciones hasta el art. 43, establecen expresa y taxativamente cuáles son esos hechos. El Capítulo IX Disposiciones Complementarias hasta el art. 47 y el Capítulo X sobre Disposiciones finales hasta el art. 52.

Para obtener una protección legal, se debe realizar un proceso que lleva básicamente dos etapas, ambas muy parecidas en principio. La primera etapa es la del Reconocimiento preliminar, en esta etapa cualquier persona que tenga interés legítimo puede solicitarlo. Dentro de la solicitud se establece la obligatoriedad de presentar un Dossier técnico, que contenga la información tanto del producto como de la región, para demostrar el vínculo entre ambos. En la segunda etapa, de Registro propiamente dicho, la solicitud la realiza el Comité Regulador. Este Comité Regulador debe, una vez cumplido con los requisitos de ley, administrar el signo para uso de los productores que lo deseen.

4. Ley 1294/98 de Marcas

En la legislación nacional sobre Marcas, específicamente en la Ley 1294/98, estaba contenido un apartado en el capítulo XI De Indicación Geográfica, cuyos artículos han sido derogados por la Ley 4923/13 de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. No obstante, es importante destacar que desde el año 1998 se conocían en Paraguay estas normas pero que solamente con el nombre de Indicación Geográfica y no Denominaciones de Origen.

El art. 57 definía como Indicación Geográfica al «signo que identifique un producto como originario de un país, región, localidad u otro lugar, cuando determinada característica del producto o su reputación fuese atribuible fundamentalmente a ese origen geográfico».

Se establecía que sólo los productores, fabricantes o artesanos que desempeñan su actividad en el lugar designado por la indicación geográfica podrán usar en el comercio esa indicación respecto al producto que ella identifica. Ellos tendrán acción para impedir que la indicación geográfica se utilice para identificar productos del mismo género que no sean originarios del lugar designado por la indicación. Finalmente establecía que cualquier persona interesada tendrá acción judicial para impedir la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación de algún producto, indique o sugiera que este proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, o cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal.

5. Ley 4798 que crea la DINAPI

La Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual fue creada por Ley 4798/12 estableciéndose así la creación, naturaleza jurídica, dominio y nexos en el Capítulo I. Es así que en su art. 1.º De Creación y naturaleza jurídica establece que la DINAPI es una persona jurídica de derecho público, con carácter autárquico y patrimonio propio, como órgano de ejecución de la política nacional de Propiedad Intelectual. La DINAPI se rige por las disposiciones de esta ley, por sus normas complementarias y sus reglamentos y se relacionará con el Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Industria y Comercio.

6. Decreto 1286/19 que reglamenta la Ley 4923/13, de IG/DO

En el Decreto Reglamentario contiene 14 capítulos con 50 artículos. Desarrolla los aspectos relacionados con los procedimientos de oficio, por parte y de parte de las autoridades municipales y departamentales. Así se establece la delimitación del área geográfica y las especificaciones técnicas, aclarando los requisitos sobre el dossier técnico que debe ir acompañado a la solicitud de reconocimiento y registro.

Se establecen en virtud de la Ley 4923/13 procedimientos sobre sanciones tanto en el ámbito administrativo como judicial. Es un reglamento que pone en práctica la legislación nacional, abarcando todo el contenido de la Ley 4923/13 vanguardista y moderna.

7. Resoluciones emanadas de la Dirección IG/DO ⁸

Son los actos administrativos que elabora la Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen D IG/DO. Ellas pueden ser resoluciones de aprobación de la solicitud preliminar de reconocimiento de una IG/DO y la Resolución de Registro de IG/DO.

7.1. Resolución D IG/DO Reconocimiento «Chorizo sanjuanino»

Resolución 001/2022. Por la cual se aprueba la solicitud preliminar de reconocimiento de la indicación geográfica «Chorizo sanjuanino» para distinguir un embutido de la ciudad de San Juan Bautista del departamento de Misiones. Emitido en Asunción, en fecha 24 de marzo del año 2022.

7.2. Resolución D IG/DO Reconocimiento «Cordero misionero»

Resolución 002/2022. Por la cual se aprueba la solicitud preliminar de reconocimiento de la indicación geográfica «Cordero misionero» para distinguir la carne ovina y sus derivados del departamento de Misiones. República del Paraguay. Emitido en Asunción, en fecha 28 de setiembre del año 2022.

7.3. Resolución D IG/DO Reconocimiento de Ao Po'i

Resolución 001/2019. Por la cual se aprueba el Reconocimiento de la Denominación de Origen Yataity para distinguir el Ao Po'i Rústico, en fecha 30 de agosto del año 2019.

7.4. Resolución D IG/DO Reconocimiento «Licor de Yegros»

Resolución 003/2022. Por la cual se aprueba la solicitud preliminar de reconocimiento de la indicación geográfica «Licor de Yegros», para distinguir la bebida espirituosa. Emitido en Asunción, en fecha 28 de setiembre del año 2022.

7.5. Resolución D IG/DO Reconocimiento «Miel de Abejas Humedales Ñeembucú»

Resolución 003/2021. Por la cual se aprueba la solicitud preliminar de reconocimiento de la indicación geográfica «Miel de Abejas de los Humedales del Ñeembucú», para distinguir la miel de abejas de dicho departamento. Emitido en Asunción, en fecha 15 de setiembre del año 2021.

7.6. Resolución D IG/DO Reconocimiento «Miel Negra Arroyos y Esteros»

Resolución 003/2021. Por la cual se aprueba la solicitud de reconocimiento de la denominación de Origen «Miel Negra de Arroyos y Esteros» para distinguir la miel de caña. Emitido en Asunción, en fecha 30 de agosto del año 2019.

LEGISLACIÓN INTERNACIONAL

El marco jurídico coloca a los acuerdos internacionales por debajo e inmediatamente después de la Constitución Nacional, otorgándole a los tratados, convenios y acuerdos internacionales en segundo lugar de jerarquía en la llamada pirámide de Kelsen. Es así como en materia de Derechos Intelectuales como materia de las relaciones humanas y la creatividad con el espíritu libre, cruza fronteras y no conoce de límites.

Es importante destacar que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI, es el organismo internacional que administra todos estos tratados y acuerdos sobre la materia.

8. La OMPI y el Ámbito de Protección en los Tratados

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual —organismo de las Naciones Unidas— es el foro mundial en todo lo que tiene que ver con los servicios, políticas y cooperación en materia de la propiedad intelectual. Es autofinanciado y cuenta con 193 estados miembros. Paraguay es parte del mismo.

La OMPI tiene el mandato de promover iniciativas para el desarrollo de un sistema internacional de propiedad intelectual de manera equilibrada y eficaz, a fin de permitir la innovación y la creatividad para beneficio de todos. Su mandato, facultad, otros órganos rectores y procedimientos que rigen su funcionamiento están establecidos en el Convenio de la OMPI, por el que se estableció la Organización en 1967.

Cabe señalar que, entre los tratados administrados por la OMPI, no todos han sido suscritos por el Paraguay. Por ejemplo, el que refiere a las IG/DO «Arreglo de Lisboa sobre Registro».

[8] Estos y otros documentos relacionados, obran en el sitio DINAPI que hace referencia a Boletines IG/DO. <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/igydo/boletines-de-ig-and-do/>

Entre algunos de los tratados y acuerdos administrados por la OMPI⁹ que se vinculan al presente manual, ya que son considerados dentro del mundo de los derechos intelectuales, se pueden mencionar los siguientes: Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales, Convenio de Berna, Convenio de Bruselas, Arreglo de Madrid sobre represiones contra las indicaciones de procedencia falsas, Tratado de Marrakech para personas con discapacidad visual, Tratado de Nairobi, Convenio de París, Tratado sobre Derechos de Patentes o PLT, Convenio Fonogramas, Convenio de Roma, Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas, Tratado sobre Derecho de Marcas o TLT, Tratado de Washington, Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor o WCT, Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas o WPPT, Tratado de Budapest, Arreglo de la Haya, Arreglo de Lisboa, Arreglo de Madrid sobre Marcas, Protocolo de Madrid, Tratado de Cooperación en materia de Patentes o PCT.

9. Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial – 1883

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, adoptado en 1883 y enmendado en 1979, se aplica a la propiedad industrial en su acepción más amplia, es decir, se incluyen patentes, marcas, dibujos y diseños industriales, modelo de utilidad, marcas de servicios, nombres comerciales, indicaciones de procedencia y a la represión de la competencia desleal.

Es un acuerdo internacional y ha sido un primer paso importante para ayudar a los creadores a proteger sus obras intelectuales en los demás países. Una de las características de este convenio en relación con las indicaciones geográficas es que precisamente no la define en ningún artículo como tal, sino más bien hace referencia a ciertas prácticas que van relacionadas con indicaciones de procedencia.

El término «Indicaciones de procedencia» es utilizada en el Convenio de París en el segundo párrafo del artículo 1º y reconoce a las indicaciones de procedencia y a las denominaciones de origen como una materia de la propiedad industrial. Sin embargo, a pesar de no definirla directamente, se entiende que «Indicaciones de procedencia» es aquella información referida al país (o al lugar situado dentro del país) de origen de un producto.

De esta manera este convenio, aunque proteja a aquellos productos con la conexión del lugar de origen, no menciona la cualidad o características del producto sino más bien hace referencia a las represiones de indicaciones de procedencia falsas y engañosas y sobre la procedencia que debe estar compuesta por símbolos o emblemas asociados con el área de origen.

En el mismo convenio se establecen las reglas en virtud de las cuales se exige a los estados miembros tomen las medidas necesarias para asegurar la protección eficaz contra la competencia desleal. Por ejemplo, cuando en un producto hacemos referencia a una indicación de procedencia y esta información induce al error del consumidor en cuanto al verdadero origen del producto, esto es considerado ya competencia desleal y está fuertemente relacionado con las reglas establecidas en las indicaciones de procedencia.

Por consiguiente, toda indicación de procedencia puede definirse como una información referida al país de origen de un producto (o a un lugar situado dentro del país). Se destaca que solamente se refiere al origen geográfico de un producto y no a otro tipo de origen (por ejemplo, la empresa que fabrica el producto en cuestión) pues no se requiere que ese producto tenga una cualidad imputable a la de su origen.

10. Acuerdo de Madrid

En el marco del Convenio de París se establecieron unas normas relativas a las sanciones por actos considerados fraudulentos, como indicaciones de procedencia engañosa o falsa. Es así como este acuerdo hace referencia a todas aquellas conductas que conlleven a engañar al público sobre una indicación de procedencia falsa en un producto, produciéndose con necesariamente una consecuencia perjudicial.

Se destaca como una indicación de procedencia engañosa aquella que es literalmente cierta, pero induce al error. Por ejemplo, tenemos el caso de los nombres de lugares homónimos en dos países diferentes, pero donde solo uno de los lugares es conocido por la producción de un determinado producto. Si el nombre se utiliza en productos del lugar de nombre similar, la indicación de procedencia se consideraría engañosa, ya que llevaría probablemente al consumidor a creer que el producto procede de un lugar diferente. Estas prácticas son sancionadas a fin de evitar precisamente el engaño y la falsedad contra las indicaciones de procedencia, por indicar el lugar de origen del producto que uno desea consumir.

11. Organización Mundial del Comercio

Paraguay es miembro de la Organización Mundial de Comercio - OMC desde el 1º de enero de 1995 y miembro del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio - GATT desde el 6 de enero de 1994.

ADPIC – Acuerdo sobre los Aspectos de la propiedad intelectual relativos al comercio.

GATT – Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio.

La Organización Mundial del Comercio nació en 1995, lo que la convierte en una de las organizaciones internacionales más jóvenes que existen. La OMC es la sucesora del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), establecido tras la Segunda Guerra Mundial. El sistema se creó mediante una serie de negociaciones comerciales, o rondas, celebradas en el marco del GATT. Si bien las primeras rondas se centraron principalmente en las reducciones arancelarias, en negociaciones posteriores se abordaron otras cuestiones, como las medidas antidumping y las medidas no arancelarias.

La Ronda Uruguay, que se desarrolló entre 1986 y 1994, dio lugar a la creación de la OMC. En virtud de la ampliación del Acuerdo sobre Tecnología de la Información concluida en la Décima Conferencia Ministerial celebrada en Nairobi en 2015, se eliminaron los aranceles aplicables a 200 productos de tecnología de la información adicionales, cuyo comercio anual se ha valorado en más de 1,3 billones de dólares EE.UU.

El Acuerdo sobre los ADPIC es el Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech, por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado en Marrakech, Marruecos, el 15 de

[9] Los tratados y leyes Internacionales que son administrados por la OMPI pueden ser encontrados en el siguiente enlace. <https://www.wipo.int/treaties/es/>

abril de 1994, fortaleciendo así los sistemas internos y adecuándose de esa manera a la normativa internacional.

En la parte II se incluye la Sección 3 relativa a las Indicaciones Geográficas, estableciendo una definición de normas generales y obligatorias que protegen a las Indicaciones Geográficas contra su uso engañoso y contra cualquier uso que constituya un acto de competencia desleal. También obliga a los miembros a proteger contra cualquier uso de indicaciones geográficas en vinos y bebidas espirituosas, así también contra los registros de marcas que contengan indicaciones, incluso si esto es utilizado como para que el consumidor caiga en el error en cuanto al verdadero origen del producto, de manera que no haya engaños de ninguna naturaleza.

No es menos importante destacar que cuando se habla de obligaciones, esto se da solamente en cuanto a los miembros y en relación a los vinos y bebidas espirituosas, así también con las marcas en general, haciendo una excepción con determinadas marcas que contengan el elemento de buena fe, es decir, que quedan fuera, aquellas marcas que se hayan adquirido en el territorio de un miembro de la OMC, antes de la fecha de aplicación del Acuerdo sobre ADPIC o antes de que la indicación geográfica haya sido protegida en el país de origen. Otra excepción se refiere cuando un miembro considera que la indicación es el término habitual o común en el lenguaje corriente o nombre común con el que se conocen tanto los productos como los servicios. En estos casos, la obligación no se aplica.

En 2017 entró en vigor una enmienda del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC) de la OMC destinada a facilitar el acceso de las economías pobres a medicamentos asequibles. Ese año también entró en vigor el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio. El Acuerdo sobre los ADPIC de la OMC contiene normas que rigen el comercio en la esfera de las ideas y la creatividad.

Este acuerdo redactó la definición de Indicaciones Geográficas tal como en el Arreglo de Lisboa se definió Denominaciones de Origen. Sin embargo, en este acuerdo se agregan dos elementos: PRIMERO, el elemento de calidad, característica o reputación del nombre, y la SEGUNDA, que sea una indicación relacionada al territorio con el producto.

Estas normas establecen cómo se deben proteger —en los intercambios comerciales— el derecho de autor, las patentes, las marcas de fábrica o de comercio, las indicaciones geográficas utilizadas para identificar a los productos, los dibujos y modelos industriales y la información no divulgada (por ejemplo, los secretos comerciales), aspectos todos estos conocidos como «propiedad intelectual».

12. Acuerdo de Lisboa

En el Acuerdo de Lisboa, del cual Paraguay aún no es parte, se refiere al sistema internacional de protección como procedimiento único de registro en beneficio de los países miembros. Encuentra el término Denominación de Origen en el apartado de Registro Internacional de 1958, en el que se establece un sistema internacional de protección siempre que estén ya protegidas por el sistema nacional de uno de los estados parte de dicho Acuerdo, necesariamente cuando esta denominación de origen sea objeto de una solicitud por parte del estado interesado.

Es así que, define a la Denominación de Origen como «... la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originarios del mismo y cuya calidad o característica se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos. (art. 2.º numeral 1)... «El país de origen es aquel cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad o bien aquel en el cual está situada la región o la localidad cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad. (art. 2.º numeral 2). Se destaca que una denominación de origen es considerada como un tipo de indicación de procedencia pues necesariamente se señala la calidad y características como elementos esenciales derivadas del lugar de origen.



PARTE II

**GUÍA
PARA EL FOMENTO
DE LA COMPETITIVIDAD VERDE**

**ÁMBITO
PROPIEDAD INTELECTUAL**

1. Introducción

La propiedad intelectual es clave para la agregación de valor de un producto en la cadena de valor. Así también, para dar seguridad sobre la calidad del producto al consumidor. Las organizaciones apoyadas por la Medida Competitividad Verde, manifestaron que el registro de marca es un elemento muy valioso para identificar y diferenciar al producto propio de otros productos similares en el mercado. Esta diferenciación facilita el acceso a mercados con mejores condiciones de negociación y precio. Por lo tanto, es necesario conocer mejor los procedimientos para lograr el registro de la marca en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual – DINAPI.

La presente Guía pretende mostrar el camino que puede recorrer, tanto un emprendedor, un empresario, un estudiante, una organización, un comité de productores o cualquier persona que tenga interés en proteger algún producto o servicio, a partir de su registro en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. Es como una suerte de «instrucciones a seguir» para avanzar en los diferentes procesos para el registro de un signo, con énfasis en IG, DO, MC y marcas en general.

Los signos distintivos juegan un papel preponderante y esencial en el proceso competitivo de posicionamiento en el mercado.

Hoy en día es casi imposible pensar que una actividad económica, sea grande o pequeña, pueda llegar a trabajar sin publicidad, sin un plan de marketing que busque que el producto sea conocido y elegido de entre muchos que ya están en el mercado. Cada vez más los productos en el mercado son parecidos, homogéneos y con muchos elementos similares.

Es por eso que se buscan elementos diferenciadores que posicionen al producto de nuestro interés en ventaja sobre otros que están en el mercado. Una herramienta que se dispone para eso es el registro de la marca, y los signos distintivos IG/DO o la Marca Colectiva. Sin dudas existen otras herramientas más, pero en este documento se hace un análisis de cómo se puede lograr disponer del registro, diferenciarse de otros en el mercado y protegerse de posibles copias, piraterías o falsificaciones.

Sin publicidad el producto sería desconocido por los potenciales consumidores. En esto entra a tallar el prestigio, la duración y la reputación que asocia la marca con el producto.

Para asegurar que el producto sea identificado por la calidad, precio y otras características propias se le pone una marca. Esto evita que sea confundido con otros productos similares y el consumidor pueda elegir en el mercado la marca que más satisfacciones le produce.

Si el producto o servicio tiene buena acogida, la marca se destacará de entre las demás y, por ende, será más conocida, aumentando el valor general del producto o servicio, así como el de otros productos o servicios que lleven la misma marca.

Este registro pretende evitar la falsificación y la piratería. La marca impide que se pueda elaborar un producto similar a otro que ya está registrado, con un nombre igual o parecido, y ayuda a que los consumidores no se confundan.

CAPÍTULO 1

1. El objetivo de la Guía

El objetivo de esta Guía es que estudiantes, emprendedores, dirigentes de organizaciones, autoridades institucionales, empresarios, entre otros, dispongan de una guía sencilla donde puedan entender cómo se gestiona el proceso de registro de un signo ante el organismo encargado de la propiedad intelectual en nuestro país. Está especialmente diseñado para los participantes del Curso de Formación a Formadores (FOR FOR) impartido en el marco de la Medida Competitividad Verde a personas que de alguna manera tienen entre sus actividades la promoción de este tipo de trabajo para apoyar para el desarrollo de personas u organizaciones en diferentes localidades del país.

Se presentan los procesos y se hace énfasis en la experiencia en lugares de los casos identificados en la Medida Competitividad Verde,

Estos procesos hacen referencia a los siguientes casos:

1. Indicación Geográfica. **Licor de Yegros**.
2. Indicación Geográfica. **Miel de los Humedales del Ñeembucú**.
3. Marca Colectiva. **El Carrizal**. Asociación de Apicultores del Ñeembucú
4. Marca Colectiva. **FENAPROA Py**. Federación de Productores Acuícolas del Paraguay.
5. Marca. **PIRIYACA**. Comité de Mujeres Tekopyahu de Piribebuy.

En el marco del acuerdo DINAPI / Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ, se realizaron charlas de sensibilización con autoridades y técnicos de la DINAPI en diferentes puntos del territorio nacional (Piribebuy, La Colmena, Pilar, Coronel Oviedo). Fueron seleccionadas las experiencias específicas que tenían un mayor potencial para la implementación del proceso de registro de diferentes tipos de signos, con énfasis en IG/DO y MC¹⁰.

Fueron seleccionados a partir de un riguroso trabajo de discusión con más de 30 personas de diferentes instituciones públicas y del sector privado, de diversas profesiones y funciones, para participar del Curso de Formación a Formadores. Es a estos profesionales a quienes va dirigido en primera instancia este documento, porque es interés que el gobierno nacional, a través de sus instituciones, replique el modelo y multiplique la cantidad de actores territoriales capacitados en los temas de propiedad intelectual.

2. Objetivos específicos

Comprender la demanda de la sociedad en cuanto a necesidad de conocimientos y procesos para el registro de los signos distintivos que permitan la protección conforme a las normas vigentes y se puede diferenciar en el mercado con un valor agregado.

Dar a conocer a los usuarios del material las leyes, decretos, resoluciones, procedimientos y otros relacionados con la protección de la propiedad intelectual.

Ayudar a las autoridades, empresarios, emprendedores, directivos de asociaciones o cooperativas, interesados en conocer y comprender los alcances y procedimiento de los registros de propiedad intelectual.

Proporcionar orientación general para entender el funcionamiento del registro de diferentes tipos de propiedad intelectual.

Divulgar, en la sociedad en general, el valor de la protección de la propiedad intelectual y los beneficios que eso genera.

Facilitar el acceso a información actualizada sobre el proceso de registro de propiedad intelectual y sus requerimientos legales.

Buscar mejorar los mecanismos de comunicación entre los que manifiestan interés en registros de propiedad intelectual, los Agentes de Propiedad Industrial habilitados y los funcionarios encargados de atender en los diferentes tipos de signos en la DINAPI.

3. Quienes pueden usar la presente Guía

Funcionarios de instituciones públicas y privadas que trabajan en la promoción del desarrollo con productores rurales, emprendedores, microempresarios, cooperativas, etc. También puede ser utilizado por los mismos empresarios, dirigentes de organizaciones, estudiantes y cualquier interesado en propiedad intelectual. Esta Guía puede ser utilizada como material de capacitación.

Autoridades, asociaciones, cooperativas, empresas o personas que quieran proteger sus productos o alguna innovación, para evitar la competencia desleal o que terceros las usurpen, copien o falsifiquen.

4. Preguntas de análisis para el uso de la Guía

A continuación, una serie de preguntas que pueden servir para compartirlas en los grupos interesados de manera a conocer el nivel de conocimiento que tienen los participantes y orientar los trabajos, charlas y acciones en torno a una mejor definición de los objetivos. Algunas cuestiones a analizar son:

¿Quiénes pueden solicitar la protección de una IG, DO, MC o Marca?

¿Cuáles son los requisitos que se deben tener en cuenta para presentar la solicitud preliminar del reconocimiento?

¿En qué plazo la DINAPI resuelve la solicitud preliminar de reconocimiento de una IG/DO?

¿En qué momento se solicita el registro de la IG/DO?

¿Qué procedimiento se debe seguir en la solicitud de registro de IG/DO?

¿Cuánto dura un registro de IG/DO?

¿Cómo se extingue un registro de IG/DO?

¿Cómo se extingue la autorización de uso de los asociados?

¿Puede modificarse un registro de IG/DO?

¿Cuáles son las sanciones administrativas establecidas en la Ley 4923/13?

¿Cuáles son los delitos y sanciones penales?

¿Se puede registrar una IG/DO que haya sido registrada como Marca?

¿Cuáles son las acciones judiciales que los titulares de IG/DO pueden entablar?

[10] Hacen referencia a Indicación Geográfica, Denominación de Origen y Marcas Colectivas. Aunque también se dieron casos de Marcas en el proceso de implementación de las charlas y las iniciativas seleccionadas.

CAPÍTULO 2

ROLES EN EL PROCESO DE REGISTRO

1. El Facilitador

Es la persona que, como su definición indica, facilita el proceso. Puede ser un extensionista de la DEAg, un funcionario de la municipalidad, un técnico de la gobernación departamental o un promotor de desarrollo de cualquier organización, que tenga entre sus objetivos, justamente, promover el desarrollo de la sociedad. Puede ser un empresario interesado en mejorar las condiciones de las organizaciones que tienen potencial productivo o comercial, un docente universitario.

2. El Agente de Propiedad Industrial

Es un abogado de profesión que está matriculado y habilitado en la DINAPI para la gestión de marcas. Es una especialización dentro del derecho.

Es el profesional que será el encargado de presentar ante la DINAPI lo necesario para iniciar el proceso de registro del signo seleccionado. En caso de ser una persona jurídica la que está interesada en la marca, deberá otorgar un poder al Agente de Propiedad Industrial.

(Existe una base de datos en la página de la DINAPI. Se hace mención a este sitio en otro apartado).

3. El Emprendedor. Comité. Empresario. Asociación

Es la persona o la organización que está interesada en el registro del signo para protección de un producto ante la DINAPI. Puede ser un comité de productores, una asociación, una cooperativa, un emprendedor o una empresa —en todos los casos— legalmente constituidas. Será quien a través del Agente de Propiedad Industrial solicita el registro del signo y será el propietario de dicho registro conforme lo establecen las normas que regulan la materia.

4. Instituciones de promoción

Son todas las instituciones que tienen en su mandato la promoción del desarrollo en alguna de sus fases. En este apartado se pueden nombrar a la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual DINAPI, al Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG, la Dirección de Extensión Agraria DEAg, la Dirección Nacional de Coordinación y Administración de Proyectos DIN-CAP, el Ministerio de Industria y Comercio, la Dirección Nacional de Emprendedurismo, las oficinas de ORMIC, el SENACSA, el SENAVE, el INAN, entre otras. También están las municipalidades y las gobernaciones.

5. La asociatividad como elemento clave del proceso

La asociatividad es el proceso por el que los productores o emprendedores individuales o asociados se unen para conformar una asociación que les permita mejorar (entre muchas cosas) su eficiencia productiva, incrementar su poder de negociación y lograr una mayor y mejor articulación con el mercado. Al unirse en una organización mayor, los pequeños

productores rurales o urbanos pueden compartir recursos y conocimientos, reducir costos y aumentar la calidad de sus productos.

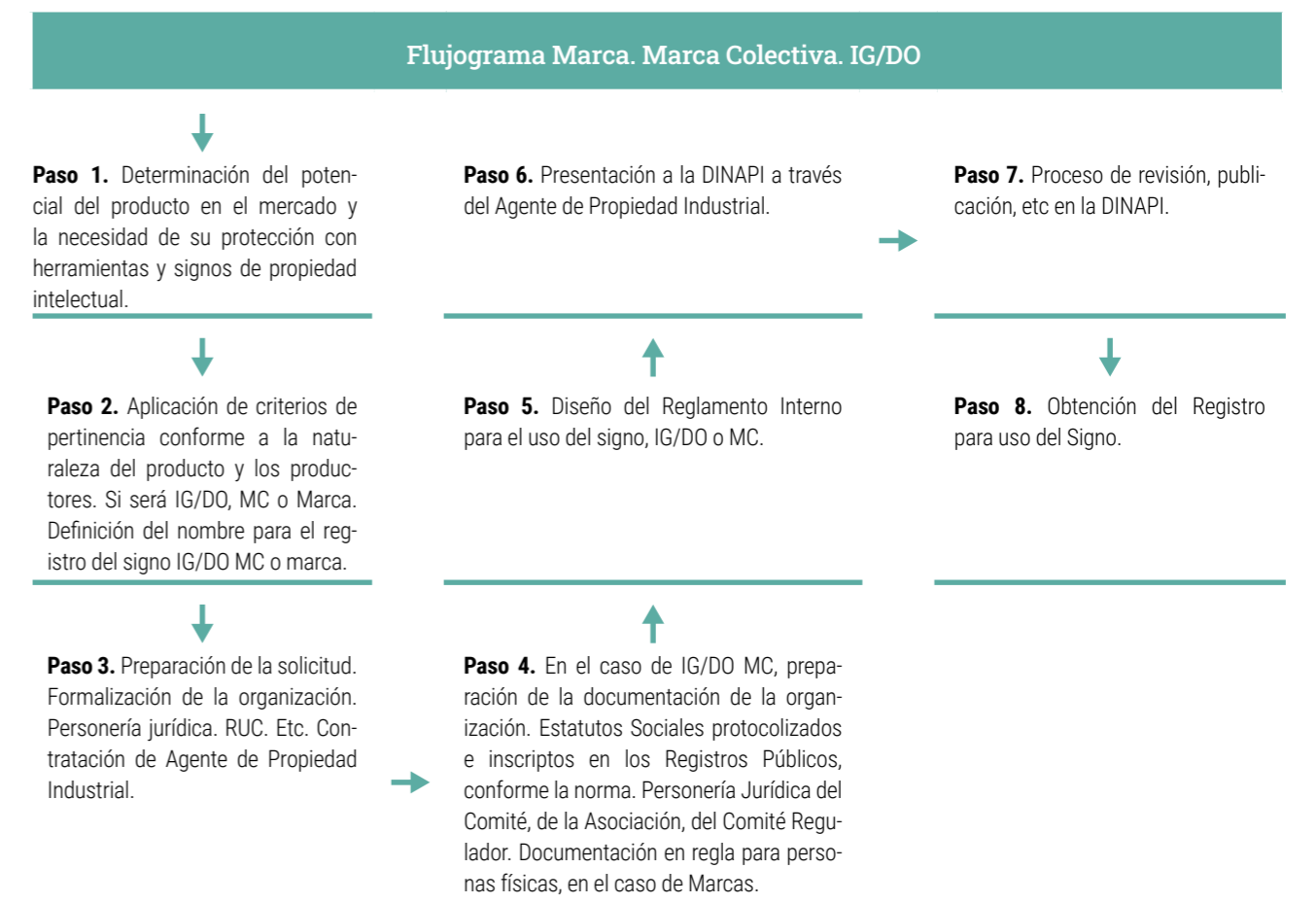
Es posible también que mediante esta asociatividad puedan acceder a nuevos mercados, alcanzar nuevos servicios financieros, técnicos (y otros) y de esa forma desarrollar nuevos productos y servicios.

Está comprobado que la asociatividad es el camino para avanzar en la búsqueda de un bienestar para los individuos, quienes en forma aislada no podrían lograr los objetivos o deseos que tienen para sus emprendimientos. Sin embargo, la asociatividad es un complejo proceso de gestión de confianza, definición de intereses comunes, distribución y asignación de roles, entre otros. El manejo financiero, el registro de las actividades y los compromisos son claves para fortalecer la asociatividad.

CAPÍTULO 3

1. Proceso para fomentar la protección de signos distintivos

A continuación, se presenta un esquema que pretende mostrar el flujo que puede seguir un proceso que promueve el registro de un signo distintivo de propiedad intelectual en el marco del presente material.



Fuente: Elaboración propia

Son básicamente 8 los pasos que en general se requieren para el proceso de registro de un signo. Este esquema, es muy genérico y el objetivo es simplemente mostrar los procesos que deben ser atendidos en la gestión. Habrá casos donde los trámites serán más sencillos o más complejos, dependiendo de las situaciones presentadas.

2. Cómo se operan las acciones en territorio

Una de las formas propuestas es que, con apoyo del facilitador, se organicen talleres grupales con los interesados, directivos o responsables, respecto a algún producto con potencial para ser registrado.

En el caso de las IG/DO, quizás el Comité de Promoción sea el responsable del impulso de esta parte inicial del proceso.

Posteriormente se irán consolidando los espacios, en el marco de reuniones y talleres participativos para definir el nombre, los signos, el eslogan, etc. La propuesta de talleres o eventos participativos es clave para que exista ese sentido de pertenencia hacia la iniciativa que se promueve. Los actores territoriales son fundamentales en esta fase.

3. Trabajos previos al registro del signo

El proceso para el registro de una marca o signo de PI en el Paraguay, requiere pasar, en general por unos pasos previos.

Antes de definir que el nombre de la marca y el tipo de marca sean estas denominativas hay procesos internos que se deberían cumplir, y es fundamental el rol del Agente de Propiedad Industrial y del facilitador para el apoyo de las personas ya que ellos tienen la capacidad para explicarles los alcances, los tipos de signos, los procedimientos, los requisitos, etc.

Para los demás signos, igualmente, es fundamental contar con técnicos de la DINAPI o con los egresados de los Cursos FOR FOR porque estos tienen los conocimientos e instrumentos básicos para promover la conformación de estas instancias.

Analizar la demanda en la comunidad, el emprendedor, la organización, técnicos, autoridades políticas, etc.

4. Quiénes pueden solicitar reconocimiento de IG/DO

Las personas físicas o jurídicas que se dediquen directamente a la extracción, producción o elaboración del producto. Las cámaras, asociaciones o agrupaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto. Las autoridades departamentales o municipales cuando el IG/DO corresponda a sus respectivas circunscripciones. Finalmente, cualquier persona física o jurídica que demuestre un interés legítimo.

Identificar el interés que se manifiesta en los actores locales mencionados hacia la posibilidad de avanzar en el registro de un signo.

Ver la disponibilidad en la zona, de un agente multiplicador. Por ejemplo un egresado del Curso FOR FOR o un Agente de Propiedad Industrial, quien podría aportar mucha información acerca de los signos y los requerimientos.

Organizar con los interesados, una charla de sensibilización para entender los procesos necesarios para el registro de un signo.

Analizar al inicio, el nivel de madurez o capacidad de los actores interesados, la capacidad de la organización ante la necesidad de una asociatividad capaz de avanzar en el proceso.

5. Reuniones de socialización

Es normal que en las sociedades donde se encuentran los emprendedores, sean estos productores, extractores o elaboradores, el conocimiento acerca de las leyes sea un poco limitado a lo cotidiano. Es por ello que el facilitador debe realizar los primeros procesos de socialización de instrumentos tales como las leyes de IG/DO, así como de las leyes de Marca, que servirán de herramientas como base fundamental a fin de que los mismos puedan comprender la importancia de estos signos a la hora de obtener el valor agregado a los productos.

6. Trabajos en conjunto de los actores interesados

Se requiere hacer actividades como convocatorias a reuniones, a fin de analizar el tema de los signos distintivos para los productos. En este sentido, es importante conocer un poco más sobre las formalidades de redacciones¹¹ para invitaciones, actas, estatutos sociales, reglamentos de uso de la Marca Colectiva y de las IG/DO.

En lo que respecta a las IG/DO es crucial organizar reuniones con los productores de productos y gente especializada en el tema, destacando a los egresados del Curso FOR FOR así como también los técnicos en instituciones de desarrollo que tienen en su mandato este tipo de trabajos, y presentar cuál es el procedimiento a seguir, desde la solicitud preliminar del Reconocimiento de una IG/DO en donde no es necesario que se presente una sociedad con personería jurídica sino que basta con que sea un grupo de personas que se dediquen a la producción o extracción del producto en cuestión a fin de conseguir el reconocimiento de la IG/DO que ha de dar el valor al producto en cuestión.

En esta Guía se describe acerca del segundo procedimiento. Es así que se destaca el proceso de reconocimiento de la personería jurídica de sociedades que deberán conformar el Comité Regulador para las IG/DO, al igual que ya lo hicieron los de la Miel de los Humedales del Ñeembucú y los del Licor de Yegros, identificación que ha sido posible gracias a que anteriormente un Comité de Promoción solicitara previamente el reconocimiento de dichas IG ante la DINAPI, como requisito esencial para que luego se organicen y formen una persona jurídica denominada Comité Regulador.

Estos comités reguladores se conforman luego de que hayan obtenido el reconocimiento de una IG/DO, y son necesarias reuniones previas para capacitarse y posteriormente organizarse a confeccionar el Estatuto, Reglamento interno, reglamento de uso de una IG/DO. Estatutos Sociales.

Como parte de los trabajos previos se debe trabajar, discutir y consolidar los Estatutos Sociales, los cuales deberán ser protocolizados y con inscripción en los registros públicos

[11] Se adjuntan modelos en el apartado de herramientas.

a través del concurso de un escribano público matriculado. Este proceso tiene sus requerimientos.

Es importante dar a conocer que el Comité Regulador debe trabajar un reglamento que permita establecer con claridad el sistema de gestión de la marca, quienes pueden usarla, como deben usarla.

Finalmente, en lo que respecta a las Marcas Colectivas, también deberán obtener sus reglamentos de uso a fin de que sea utilizada por todos los autorizados. Así como en el registro de una IG/DO el interesado deberá presentar el Reglamento Interno ante la DINAPI, a fin de ser considerado y estudiado en las respectivas direcciones, sean de marcas o de IG/DO.

CAPÍTULO 4

LA SOLICITUD DE REGISTRO IG/DO

1. Documentos requeridos para una solicitud de reconocimiento preliminar

Estos documentos son más detalladamente analizados en el apartado de Herramientas.

1. Formulario E1 3 (tres ejemplares).¹²
2. Dossier técnico.
3. Documentos autenticados (cédula, poder si existiere).

Todos debidamente foliados.

Si es un Comité de Promoción, se requiere acta autenticada.

Si es una persona física, se requiere cédula.

Costo: no se pagan tasas.

2. Conformación del Comité de Promoción

Los productores o interesados que pretendan el reconocimiento de una IG/DO, podrán constituir previamente un Comité de Promoción, el que tendrá por objeto redactar un proyecto de reglamento interno de la indicación geográfica o la denominación de origen y la realización de estudios e informes técnicos preliminares.

El Comité de Promoción con el apoyo de un Agente de Marca o algún profesional que entienda del tema, debe preparar una nota dirigida a la DINAPI donde solicita el reconocimiento preliminar de IG/DO del producto de su interés. En esa nota se deben remitir los elementos técnicos que demuestren que el producto reúne las características establecidas por la normativa para ser registrada preliminarmente como IG/DO.

En el apartado de Herramientas se adjunta un borrador de nota dirigida a DINAPI para formular la Solicitud preliminar del reconocimiento IG/DO.

3. Quiénes podrán conformar el Comité Regulador

Conforme la normativa que regula las IG/DO, deberá conformarse un Comité Regulador que será el encargado de la administración del sello y cumplir con lo establecido en las especificaciones técnicas presentadas y aprobadas en la DINAPI. Para ello se deberán seguir los siguientes pasos:

[12] Este documento digital se puede encontrar en la página <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/igydo/aprender/registrar/>

4. Identificar a los actores relevantes

Se deben identificar a las entidades y organizaciones que tendrán un papel activo en la conformación del comité (como productores, asociaciones, cámaras de comercio, instituciones gubernamentales, entre otros). Se adjunta borrador de listado de actores relevantes.

5. Convocar a los actores relevantes

Se debe realizar una convocatoria para reunir a los actores identificados en el primer paso. Se puede realizar mediante un comunicado o una reunión presencial. Se adjunta borrador de nota para el efecto.

6. Establecer una mesa de trabajo

Una vez reunidos, se debe establecer una mesa de trabajo con el fin de diseñar un plan de acción para la conformación del Comité Regulador.

7. Diseñar el marco normativo

A partir del plan de acción, se deberá diseñar el marco normativo que regulará al comité, esto es un Estatuto Social que deberá ser protocolizado conforme establece el Código Civil para el efecto. Este marco incluirá los objetivos, funciones, composición, financiamiento y mecanismos de elección de los representantes del comité.

8. Elección de los representantes

Se deberá realizar una elección de los representantes del comité por parte de los actores relevantes, asegurando que se tenga una composición equilibrada e inclusiva. Esto se realiza mediante un acto asambleario.

9. Aprobación del marco normativo

El marco normativo, o estatutos sociales, deberá ser aprobado y legalizado por las autoridades competentes.

10. Puesta en marcha del comité

Una vez aprobado el marco normativo, se podrá proceder a la puesta en marcha del comité, el cual deberá trabajar en el desarrollo y protección de las Denominaciones de Origen en el Paraguay.

11. Contrato de un escribano público

En relación a las IG/DO, es importante destacar que el Comité Regulador, a través de sus autoridades, deberá contratar a un escribano público para protocolizar los Estatutos Sociales. De estas acciones se habla con más claridad en el apartado de la Guía.

12. Diseñando el logotipo de IG/DO y Marca Colectiva

Una parte importante del proceso es establecer el nombre de una IG/DO, sobre todo si no constituye ya un registro de arca anterior y de buena fe. Verificar y luego elaborar el diseño del logo, o del símbolo que se pretende registrar con ella. Se trabaja de forma participativa para que el nombre represente al producto, a la comunidad, pero también debe reunir elementos básicos como de fácil pronunciación, de manera que el público pueda identificar en el mercado, sobre todo el vínculo con el territorio.

En el caso de una Marca Colectiva es mucho más fácil, ya que esta tiene signos figurativos o denominativos de fantasía que nada tiene que ver con el territorio, pero es indispensable realizar la búsqueda por si exista ya alguna anteriormente registrada.

13. Identificar el tipo de signo que se desea registrar

Considerando el tipo de trabajo que se realiza, la naturaleza de la organización que promueve el registro del signo y principalmente el producto que se desea registrar, se define si el signo a registrar será de Indicación Geográfica, Denominación de Origen o Marca Colectiva.

a. Documentos requeridos para solicitud de registro de IG/DO

Estos documentos son analizados más en detalle en el apartado Herramientas.

- Formulario E1 3 (tres) ejemplares.
- Estatuto aprobado de la personería del Comité Regulador.
- Documentos autenticados (cédula, poder si existiere).
- Reglamento de uso.
- Dossier técnico.

b. Preparar las especificaciones técnicas

Conforme al art. 5.º del Decreto reglamentario IG/DO, para solicitar el registro de IG/DO, el producto deberá ajustarse a las especificaciones técnicas, que contendrá los documentos y los datos que a continuación se detallan:

- a) El nombre del producto, con la IG/DO.
- b) La descripción del producto, incluidas las materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas del producto.
- c) La delimitación del área de producción mediante la utilización de mapas, croquis, entre otros documentos expedidos por la autoridad competente sobre la particularidad del área y su diferencia con las áreas vecinas.
- d) Características generales del área de producción (factores climáticos, relieve de suelo, naturaleza y homogeneidad de los factores de producción).
- e) Los elementos que prueben que el producto es originario del área de producción delimitada, que será acreditada a través de la autoridad competente.

- f) La descripción del método de obtención del producto y, en su caso, los métodos locales, así como información sobre el envasado, cuando el Comité Regulador determine y justifique que el envasado tiene que producirse en la zona geográfica delimitada, para salvaguardar la calidad o garantizar el origen o cerciorarse del control.
- g) Los elementos que justifiquen el vínculo entre la calidad, cualidad, características y/o reputación del producto y el medio geográfico y/o factor humano de la zona según lo dispuesto en la ley.
- h) Antecedentes históricos del producto y de la región en relación a él.
- l.) Reglamento del uso de los signos con énfasis en IG/DO.

El trabajo del Comité Regulador es administrar el uso del signo otorgado para tal fin por la DINAPI. Para ello este deberá redactar un reglamento de uso del signo.

14. Contratación de un Agente de Propiedad Industrial

Para acudir a solicitar registro y protección de un signo distintivo en la DINAPI, es necesario contar con un Agente de Propiedad Industrial, el cual es un profesional inscripto con capacidad y facultad de representar al cliente.

En cuanto a las IG/DO, es importante destacar que, en la primera etapa, es decir (solicitud preliminar de reconocimiento) no es necesario que se presente el interesado con un profesional, sin embargo, ya en la segunda etapa (solicitud de registro de una IG/DO) es indispensable contratar al Agente de Propiedad Industrial.

Por tanto, es fundamental el rol del agente para la gestión del registro del signo en la DINAPI. La búsqueda de profesionales de un Agente de Propiedad Industrial se podría realizar en las páginas habilitadas de la DINAPI.

En lo que respecta a las Marcas Colectivas, con ayuda del agente se realiza la búsqueda de marcas similares para comprobar si la marca o signo que se desea registrar no se encuentra ya registrada por otra empresa o persona. Esto es especialmente adecuado para aquellos signos que no son IG/DO. El listado de agentes con matrículas habilitadas en el Paraguay puede encontrarse en: <https://servicios.dinapi.gov.py/agentes.php>

15. Poder al Agente de Propiedad Industrial para representación

En una escribanía se realiza una gestión que consiste en que el solicitante le otorga suficiente mandato al Agente de propiedad industrial para representarlo.

Esto pueden otorgar tanto los Comités Reguladores para solicitar en su nombre el registro de la IG/DO y en el caso de las Marcas Colectivas constituidas como asociación para presentarlos a solicitar el registro de su marca.

16. Preparar la solicitud de registro

Una vez acordado el signo que utilizarán como Marca Colectiva y asegurándose de que no haya sido registrado anteriormente, se debe preparar la solicitud de registro, en la que

se consignarán el tipo de signo, la descripción del mismo, la identificación de la clase de productos o servicios a la que pertenece y el nombre y dirección del solicitante.

En el caso de las solicitudes de registro de IG/DO el formulario se redacta dando información acerca de la denominación/indicación geográfica, los datos del solicitante Comité Regulador, producto, áreas geográficas, país/lugar del territorio, descripción de elaboración, breve resumen, entre otros.

17. Presentar la solicitud de registro

La solicitud de registro debe presentarse ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), que es el organismo encargado de la gestión de la propiedad intelectual en Paraguay. Se pagan las tasas correspondientes.

En el caso de Marca Colectiva, se paga una tasa de 2 jornales y en el caso de las IG/DO se pagan 5 jornales.

18. Evaluación de la solicitud

La DINAPI, a través de la Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, evalúa la solicitud y comprueba que cumpla con todos los requisitos y que no exista ningún impedimento para el registro.

En el caso de las Marcas Colectivas, la solicitud es estudiada por la Dirección de Marcas.

19. Publicación en el Boletín Oficial

En el proceso de Marcas Colectivas la solicitud presentada se publica por 3 días en un diario de gran circulación y se esperan 60 días a fin de que se presente o no interesados para empezar un trámite de oposición.

Una vez que culmine el proceso y no habiendo oposiciones, la Dirección General de la Propiedad Industrial dicta la resolución de concesión, la que se deberá publicar en un diario de gran circulación.

En el caso del proceso de IG/DO, la solicitud también se debe publicar por un día en un diario de gran circulación y también se deben esperar por 30 días a fin de que se presenten interesados (o no), para oponerse a la solicitud de registro.

Si no existe oposición, prosiguen los trámites ante la Dirección de IG/DO y una vez finalizados dictará resolución, la cual deberá ser publicada en un diario de gran circulación.

20. Emisión del certificado de registro

Se emite el certificado de registro y el solicitante se convierte en el propietario de la Marca Colectiva por el tiempo de 10 años (renovables).

Una vez aprobada la solicitud de registro de la IG/DO, una vez publicada se emite un certificado de Concesión de Uso al Comité Regulador quien se convierte en administrador del nombre IG/DO, no así en titular propietario, ya que el titular de las IG/DO es el Estado.

CAPÍTULO 5

LA CONSTRUCCIÓN DE UN SIGNO – EL NOMBRE, EL DIBUJO, LOS COLORES

Para la definición del nombre y los signos, símbolos, logotipos o isotipos que serán registrados para su protección en la DINAPI, se recomienda realizar talleres lo más participativo posibles de manera que los participantes (personas interesadas en el registro) sean quienes definan estos temas, para que la sociedad se sienta dueña de esta herramienta a la vez que defienda y promueva el signo como una parte de su patrimonio.

El empoderamiento por parte de la organización y las personas que finalmente utilizarán estos signos en sus productos, les proporcionará una identidad diferenciada que les permitirá llegar al mercado con un nombre y un signo protegidos.

A continuación, se hace una revisión del proceso de construcción en el caso de las iniciativas territoriales en el marco de la Medida Competitividad Verde..

1. El proceso de construcción de la Marca Colectiva FENAPROA Py

Como borrador se expone el caso que el equipo de gestión de Marca Colectiva de FENAPROA Py ya tiene avanzado al momento de la preparación del presente material, aclarando que esta es una cuestión específica para cada organización que administrará algún tipo de signo de uso colectivo.

Para la definición del símbolo, los colores, el nombre, los dibujos y demás, se discutió con un grupo denominado Equipo de Gestión de Marca, donde participaron representantes de la comisión directiva de la Federación. Se realizaron varias reuniones de trabajo y capacitaciones para la comprensión del contenido, los objetivos, y los alcances de Marca Colectiva registrada.

FENAPROA Py, por el tipo de producto actualmente producido por las distintas asociaciones vinculadas a la Federación –principalmente pacú y tilapia– se decidió gestionar una Marca Colectiva para la Federación.

El responsable de la administración del signo es la Federación Nacional de Productores Acuicolas FENAPROA Py.

Los primeros nombres que fueron propuestos por los participantes

Pirapy. Piraguay. Pirá del Acuífero Guaraní

Los colores sugeridos por el tipo de producto

Azul, del cielo y la naturaleza. Celeste del agua. Blanco y rojo que completan los colores de la bandera del Paraguay. Es un producto paraguayo, hecho por paraguayos.

El objetivo de la marca

Transmitir que el producto es fresco. Producto de una organización que vela por la calidad del producto. Producto inocuo. Para consumo de la familia.



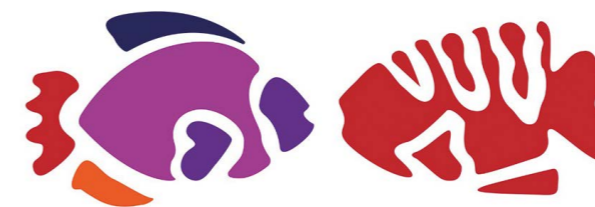
Este nombre Pirapy, que es una contracción de Pira = pescado y Py = Paraguay. Estuvo entre los propuestos.



Finalmente se acordó el nombre FENAPROA con las Siglas PY y el logotipo de un pez con los colores del Paraguay.



Procesos de revisión de logos y reformas propuestas. PiraGuaraní / haciendo alusión al acuífero del mismo nombre. Todo fue un proceso continuo con apoyo de un agente de marca que iba indicando los caminos quizás, más adecuados.



Dibujo propuesto por algunos directivos. Representan un pacú y una tilapia, las principales especies.



Este es el Logo Marca seleccionado como Marca Colectiva y es el que será registrado en el proceso.

2. El proceso de construcción de la Marca Colectiva El Carrizal

La definición del nombre obedece a que el carrizal es la especie vegetal (de la familia de las gramíneas) que se encuentra en mayor cantidad en los humedales del Ñeembucu (es la especie dominante de la flora del departamento), le da al paisaje un aspecto característico y de donde toma su nombre la Asociación.

El logo de «El Carrizal», de la Asociación de Apicultores del Ñeembucu, representa un hexágono, que es la forma de cada celda en una colmena de abejas. El color dorado, se corresponde al color de la miel.

En el interior se distingue la silueta del mapa del departamento Ñeembucu, zona que abarca la Asociación. El interior del mapa del Ñeembucu está igualmente pintado con hexágonos que imitan un panal de abejas.

En la parte superior del mapa se visualiza una abeja posándose en una flor, de donde se extrae el néctar que luego se convertirá en miel de abejas.

Todo esto en medio de una armónica relación hombre, abeja, naturaleza.



3. El proceso de construcción de la marca PIRIYACA

PIRIYACA es el nombre de la marca seleccionada por el Mujeres del Comité Tekopyahu de Piribebuy.

El tipo de signo. Este grupo eligió la Marca, como tipo comercial, porque es el que se ajusta al modelo de gestión de la organización. Ellos son un solo comité y saldrán con una sola marca desde el comité.

El nombre de la marca. PIRIYACA es una contracción de dos palabras. «Piri» que es el diminutivo de Piribebuy (la ciudad donde se asienta el comité) y «Yaca», contracción de la palabra Yacarey, compañía donde se localiza específicamente el comité y que corresponde al nombre del arroyo que riega a la comunidad.

El color verde en el borde y las hojas representan la naturaleza y la armonía con el ambiente. Los cerros en el horizonte reflejan el paisaje de gran parte de piribebuy y en medio un cauce por donde corren las aguas del arroyo Yacarey.

El sol con sus rayos refleja una mañana que se inicia en la comunidad, donde la naturaleza y la actividad del hombre para la fabricación de productos artesanales cobran vida.

PARTE III

HERRAMIENTAS PARA EL FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD VERDE

ÁMBITO PROPIEDAD INTELECTUAL

INTRODUCCIÓN

En este apartado se aportan las herramientas que el facilitador, el emprendedor, el empresario, o aquel interesado en avanzar el proceso de definición de un signo de propiedad intelectual. Estos aportes consisten en las normativas, modelos de herramientas como notas de diversos objetivos, borradores de estatutos sociales, que posibilitarán una revisión de los artículos que podrían ser de interés de las organizaciones que promueven el signo.

Así también, se aportan modelos de actas y de invitaciones de construcción de actores locales de la sociedad, que pueden ser bastante útiles para los interesados.

Las experiencias territoriales, han servido mucho para el proceso de construcción de esta parte del documento.

CAPÍTULO 1

LEYES, MODELOS DE DOCUMENTOS

En este capítulo se pretende dar alojamiento a los documentos legales emitidos, leyes, decretos, convenios, modelos de actas, modelos de notas, formularios que se utilizan, etc.

Repositorio de documentos legales. Esto irá con unos links donde en un repositorio estarán disponibles los documentos. Además, con el material impreso se podrá entregar un pendrive conteniendo todos los anexos.

1. **Ley de Marcas.** En el Anexo
2. **Ley IG/DO.** En el Anexo
3. **Decreto reglamentario.** En el Anexo
4. **Solicitud Preliminar de IG/DO**

Solicitud preliminar de reconocimiento donde consten los datos personales de cada uno de los integrantes, su rol en la cadena de producción, la finalidad y la designación de un representante a los efectos del trámite de la solicitud preliminar de reconocimiento.

5. **Documentos referenciales**

Estos materiales pretenden ser útiles para su revisión y tienen un propósito que, a partir de estas propuestas, cada organización pueda elaborar sus propios documentos. Son meramente referenciales.

- Actas de reuniones.
- Borrador de Estatutos Sociales para Comité Regulador
- Reglamento interno para Comité Regulador
- Invitación para reuniones. Modelo de notas.
- Agenda para reuniones. Modelo de agenda.

- Solicitudes modelo, en función a quien va dirigido cada documento.
- Modelo para preparar dossier técnico.
- Formulario de solicitud preliminar de reconocimiento.
- Modelo de Acta del Comité de Promoción para constitución.
- Formulario IG / DO Version-1.0-2.
- Lista de chequeo por cada instrumento.
- Modelo de Declaración Jurada del Agente de Propiedad Intelectual.
- Formulario-001-REGISTRO-de-MARCAS-Version-3.0.
- Formulario 015 ANEXO TITULARES-Marcas.

6. Listado de actores clave

Para el efecto se deberán hacer las consultas con los productores principalmente y observar en el entorno aquellas personas que, por su trayectoria, conocimiento, actividades, etc., podrían ser valiosas para conformar el Comité Regulador.

Es clave el rol del facilitador que tiene la experiencia y los conocimientos para desarrollar esa mirada amplia en el entorno y poder visualizar a los actores que pueden sumar (y mucho) al proceso.

Item	Nombre y Apellido	Rol de interés ¹³	Teléfono
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
...			

La numeración dependerá de la cantidad de personas con el perfil para formar parte de la iniciativa en cuestión que se pretende promover.

[13] El Rol de interés se refiere a las áreas o asuntos donde los productores y productoras que históricamente han aportado a la fabricación, representantes de asociaciones, líderes comunitarios con capacidad de dirigir procesos o con formación en comercio, emprendedores (emprendedurismo), personas aptas en aspectos legales, etc., puedan contribuir con sus habilidades y conocimientos para conformar el Comité Regulador y entender las situaciones que se requieren para la administración del sello.

7. Estatutos Sociales. Borrador

ESTATUTO DE LA IG/DO DE¹⁴ _____

COMITÉ REGULADOR DE LA IG/DO¹⁵ _____

I. DENOMINACIÓN, DOMICILIO Y DURACIÓN

Como sociedad civil sin fines de lucro y bajo denominación «Comité Regulador de _____» queda constituida una Asociación Inscripta con Capacidad Restringida de conformidad al Título II, Capítulo III, y artículos concordantes del Código Civil, la Ley 4923/13 y que se rige por el siguiente Estatuto y por las normas y reglamentos que en interpretación y desarrollo de los mismos acuerden válidamente sus órganos, siempre de conformidad con la legislación nacional.

La Sociedad tiene constituida su domicilio legal en la ciudad¹⁶ de _____

departamento de _____ de la República del Paraguay.

El plazo de duración de la sociedad es durante el tiempo que dure la protección de la IG/DO y se irá renovando a medida que el registro de la IG/DO sea renovado.

II. FINES, OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA SOCIEDAD

Son fines y objetivos de la Sociedad:

Administrar de manera exclusiva la IG/DO de _____ conforme a la Ley 4.923/13 y Decreto. Reglamentario 1.286/19, para lo cual deberá realizar todas las actividades tendientes a promocionar, fomentar, difundir y consolidar la producción de _____

Para el cumplimiento de sus fines y objetivos la Sociedad podrá realizar las siguientes actividades:

1. Aprobar su reglamento interno
2. Administrar de manera exclusiva la IG/DO de _____
3. Gestionar y obtener la inscripción en la Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual de la IG/DO que cuenta con solicitud preliminar reconocida por la Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.
4. Otorgar las autorizaciones de uso a sus asociados que lo soliciten y cumpla con la totalidad de los requisitos necesarios.
5. Inscribir cada una de dichas autorizaciones en el Registro pertinente

[14] Nombre del Signo. Puede ser IG o DO y se debe especificar el producto o lo que se quiere proteger con el nombre que se registra en la DINAPI. En cada lugar donde dice IG/DO se deberá reemplazar por el nombre establecido específicamente para el efecto.

[15] Ídem punto anterior.

[16] La ciudad que será la base para los aspectos administrativos del comité. Las acciones pueden desarrollarse en la ciudad, en el departamento o en el país conforme el tipo de IG/DO que se registra.

6. Orientar, vigilar y controlar el proceso de producción¹⁷ de _____ en todas sus etapas de elaboración asegurando que se cumpla lo establecido en las Especificaciones técnicas presentadas y reconocidas en la DINAPI.
7. Promocionar el sistema en diferentes medios de comunicación y velar por el prestigio de la IG/DO de _____
8. Definir y registrar conforme se requiera los distintivos, logos y emblemas que identifiquen a la sociedad responsable de la IG/DO de _____
9. Mantener siempre un equilibrio con los recursos naturales y el medio ambiente donde se inserta la unidad productiva, estableciendo mecanismos regulatorios, sanciones disciplinarias o multas correspondientes ante las infracciones al reglamento y las disposiciones sean estas cometidas por los socios o no socios, buscando la sostenibilidad de todo el proceso.
10. Incorporar mediante herramientas validadas, los conceptos de sostenibilidad y competitividad en la producción de _____ con base a las recomendaciones de las entidades rectoras del sector¹⁸.
11. Promover la mejora, el bienestar y la estabilidad económica de las personas que trabajan en el marco de la IG/DO que se protege.
12. Mantener un registro¹⁹ estadístico actualizado y los informes pertinentes acerca de la producción de la IG/DO que se protege.
13. Expedir y registrar²⁰ los certificados de uso a quienes lo soliciten y cumplan con los requisitos para el efecto, con las obleas correspondientes autorizadas por la DINAPI.
14. Establecer²¹ los valores y percibir los aranceles, contribuciones, multas y demás recursos que correspondan establecidas en estos Estatutos, registrar y rendir cuentas de estos cuando corresponda.
15. Determinar e imponer sanciones que correspondan a asociados que cometan infracciones al Reglamento Interno del Comité Regulador y la Ley 4923/12.
16. Denunciar las violaciones al régimen de la legislación ante la DINAPI e interponer cualquier acción tendiente a preservar la IG/DO conforme marco legal establecido.
17. Llevar y tener permanentemente actualizadas las estadísticas e informes sobre producción de la IG/DO, conforme las normas establecidas dentro del reglamento interno.

[17] Esto debe coincidir con el proceso de producción que se establece en las Especificaciones técnicas.

[18] Cada sector, generalmente, tiene una entidad que rige la producción. Entre otras podrían ser conforme la línea de trabajo: SENASA, SENAIVE, INAN, etc.

[19] Es fundamental el registro para conocer el volumen de productos, la cantidad de productores que usan el signo y la proyección comercial del mismo. También servirá para monitorear eventuales falsificaciones que podrían

[20] Es calve el registro. De este modo se puede saber quiénes son los que pueden usar y en caso de que aparezcan productos que no tienen autorización, deberán ser retirados del mercado e iniciados los procesos de sanción a los infractores.

[21] Estos valores pueden ser establecidos en el Reglamento interno.

III. DE LOS ASOCIADOS

Estarán integradas por quienes se dediquen exclusivamente a la extracción, producción, acondicionamiento o procesamiento de los productos amparados por esta IG/DO.

La Sociedad tendrá las siguientes categorías de Asociados:

a. Asociados Activos

Son asociados activos:

- i. Los firmantes del Acta de Constitución de fecha...de.....del año
- ii. Las personas que fueren aceptadas como tales por decisión de mayoría absoluta de la Comisión Directiva, a solicitud del interesado y avalada por dos Asociados Activos.

b. Asociados colaboradores

Son Asociados Colaboradores: Las personas físicas o jurídicas, oficiales o privadas que, a solicitud de ellas, avaladas por dos Asociados Activos, sean aceptadas como tales por la Comisión Directiva.

c. Asociados Honorarios

Son Asociados Honorarios: Aquellas personas que, por sus relevantes aportes al desarrollo de la IG/DO o por sus relevantes servicios a la Sociedad paraguaya, fueren nombradas como tales por decisión unánime de la Asamblea de Asociados.

La aceptación de la calidad de asociado comporta la aceptación de estos estatutos y el compromiso de cooperar activamente en la realización de los fines de la Sociedad.

IV. DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS ASOCIADOS

a. Son derechos de los Asociados Activos y colaboradores:

- i. Tener voz y voto en las Asambleas.
- ii. Formar parte de la Comisión Directiva y desempeñar funciones directivas en comisiones especiales.
- iii. Integrar comisiones de trabajo y participar en todas las actividades organizadas por la Sociedad.

b. Son obligaciones de los Asociados Activos:

- i. Pagar las cuotas sociales que establezcan la Asamblea de Asociados.
- ii. Desempeñar las tareas y funciones que les encomienden la Asamblea de Asociados y la Comisión Directiva.
- iii. Acatar las resoluciones de las Asambleas y de la Comisión Directiva y cumplir los estatutos y las reglamentaciones que se dicten.

c. Los Asociados Vitalicios tendrán los mismos derechos y obligaciones que los socios activos.

d. Son derechos de los Asociados Honorarios

- i. Tener voz en las Asambleas.
- ii. Participar en todas las actividades organizadas por la sociedad.

e. Son obligaciones de los Asociados Colaboradores

- i. Pagar las cuotas establecidas por la Asamblea de Asociados.
- ii. Acatar las resoluciones de las Asambleas y de la Comisión Directiva y cumplir los estatutos y las reglamentaciones que se dicten.

Los Asociados podrán perder tal condición por su retiro voluntario de la Sociedad.

La calidad de Asociado es personal e intransferible.

La Asamblea puede determinar la exclusión de un Asociado por motivos graves justificados y no podrá reingresar a la Sociedad sin que desaparezcan las causas que motivaron su exclusión.

La no participación por ningún medio en las actividades de la Sociedad, puede ser considerada motivo de exclusión justificado de un Asociado, así como el no pago — por más de dos años— de las cuotas sociales establecidas.

Toda persona física o jurídica a la que se le haya denegado la admisión, sea en la conformación inicial o posterior a ella, en el Comité Regulador podrá recurrir esa decisión ante la Dirección de Indicaciones Geográficas y Denominación de Origen de la Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual dentro de los quince días hábiles de notificada la decisión. Contra la Resolución de la Autoridad de aplicación podrá plantearse la acción contencioso-administrativa.

V. PATRIMONIO

El patrimonio de la Sociedad está formado por todos los bienes, derechos y obligaciones susceptibles de valoración económica, así como por los recursos económicos, destinados a la creación y consolidación de dicho patrimonio, compuestos por:

- a. El aporte de sus Asociados.
- b. El proveniente de cobro de aranceles, certificados, obleas numeradas y demás instrumentos de control
- c. El proveniente de contribuciones de los Asociados, donaciones o legados.
- d. El proveniente de la percepción de multas o recargos
- e. Los excedentes resultantes de las actividades realizadas por la administración de la IG/DO.
- f. El apoyo económico y financiero de terceros, sean estas personas o instituciones del país o del exterior, que aportan para el financiamiento de proyectos y programas específicos derivados del objeto del Comité Regulador.

Los aportantes y/o donantes de la Sociedad renuncian expresamente a solicitar el reintegro y/o devolución de sus aportes y/o donaciones, judicial o extrajudicialmente.

La Sociedad será la titular de todos los bienes y derechos que integran su patrimonio, debiendo constar estos obligatoriamente en su inventario anual.

VI. DESTINO DE LOS EXCEDENTES

En ningún caso los excedentes, si los hubiere, serán devueltos o distribuidos directa o indirectamente entre sus asociados, sino quedarán vinculados al cumplimiento de los fines que la Sociedad persigue.

VII. FINANCIACIÓN

La Sociedad, para el desarrollo de sus actividades, se financiará con los recursos que provengan de su patrimonio, del rendimiento de este patrimonio, de las actividades que desarrolla, del financiamiento otorgado para proyectos específicos, y con aquellos otros procedentes de las ayudas, subvenciones o donaciones que reciba de personas o entidades, tanto públicas como privadas, nacionales o extranjeras relacionadas a el objeto de la sociedad.

VIII. ESTADOS FINANCIEROS

La Sociedad debe llevar contabilidad organizada sobre la base de principios contables universalmente aceptados, en la cual figurarán todos sus recursos y gastos con indicación detallada de su procedencia y de su utilización. Igualmente se incorporará a la memoria un inventario de los elementos patrimoniales.

Los estados financieros deberán estar concluidos a los noventa (90) días de finalizado el ejercicio, el cual tendrá una duración de un año y terminará el día 31 del mes de diciembre de cada año. Dichos estados financieros deberán ser sometidos a consideración de la Asamblea, previa aprobación de la Comisión Directiva.

IX. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD

La Sociedad será dirigida y administrada por una Comisión Directiva constituido por un mínimo de 7 (siete) y un máximo de 9 (nueve) Asociados elegido por la Asamblea

La Comisión Directiva estará compuesta por un Presidente, un Vice-Presidente cuya nominación será hecha por la misma Asamblea. Los otros cargos que contemplan estos estatutos se distribuirán entre los miembros por la misma Comisión Directiva electa.

Los miembros de la Comisión Directiva durarán cuatro años en el ejercicio de sus funciones, pudiendo ser reelectos.

Son atribuciones y deberes de la Comisión Directiva:

- a. Velar por el cumplimiento de los Estatutos y Reglamentos e interpretarlos en caso de duda.
- b. Proponer a la Asamblea las reformas que considere conveniente introducir en los estatutos y reglamentos.
- c. Dictar las disposiciones convenientes para la buena marcha y organización de la Sociedad.
- d. Convocar a las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias.

- e. Cumplir con los mandatos de las Asambleas Generales Ordinarias y Extraordinarias.
- f. Manejar los fondos de la Sociedad y responsabilizarse de los bienes de la misma.
- g. Decidir la admisión o rechazo de las personas que solicitan su incorporación a la Sociedad y asimismo la suspensión de Asociados.
- h. Nombrar el personal, de acuerdo con el presupuesto aprobado por la Asamblea y disponer del cese de los mismos.
- i. Presentar a la Asamblea Ordinaria una memoria anual en la que dé cuenta de la marcha de la Sociedad y de sus propias iniciativas y gestiones; un estado demostrativo del movimiento de Asociados; un balance anual y el presupuesto de ingresos y gastos a regir en el ejercicio entrante.
- j. Organizar conferencias, jornadas y cursos especiales y de divulgación y toda otra actividad dirigida al cumplimiento de los fines de la sociedad.
- k. Designar las comisiones especiales que considere necesarias.
- l. Otorgar poderes generales o especiales.
- l. Nombrar representantes para promover, oponerse, seguir y desistir los procedimientos ordinarios y especiales que sean oportunos en defensa de la Sociedad y de sus legítimos intereses, ejercitando los correspondientes derechos, acciones y excepciones, reclamaciones y recursos, ante los Juzgados, Tribunales, Autoridades, Organismos Públicos o Privados.
- ll. Proveer, en fin, todo lo necesario para la buena administración y adelanto de la Sociedad.

La Comisión Directiva se reunirá por lo menos cada dos meses y además cuando sea convocada por el Presidente o así lo soliciten dos de sus miembros. La reunión tendrá quórum con tres miembros, uno de los cuales deberá ser el Presidente o el Vice-Presidente en su caso.

Las resoluciones del Comité Regulador se harán constar en un Libro de Actas que subscribirán el Presidente y uno de los miembros presentes; serán tomadas por simple mayoría de votos, salvo en los casos especiales previstos en el Reglamento General. El Presidente tendrá el voto decisivo en caso de empate.

El Presidente representa a la Sociedad ante la Justicia y en todos los actos de la vida civil que depende de su administración. Faltando el Presidente por licencia, renuncia, enfermedad o fallecimiento, el Vice-Presidente lo substituye con todas las facultades y prerrogativas que le acuerden los Estatutos.

El uso de firma, para todos los actos y documentos que no estén precisamente establecidos en estos Estatutos, será reglamentado al iniciarse cada periodo del Comisión Directiva electa y será establecido a través de un Acta de dicho equipo, respetando el principio de la firma conjunta.

Las atribuciones y cometido de los demás miembros, serán fijados en el Reglamento.

X. DERECHOS Y PROHIBICIONES

El registro de la IG/DO conforme a los usuarios y Asociaciones autorizados establece los siguientes derechos y prohibiciones:

- a. Derecho de uso de la IG/DO
- b. Podrá(n) impedir el uso por parte de terceros
- c. Derecho de usar los emblemas, distintivos, sigla logotipos marbetes y otros elegidos por el Comité Regulador
- d. Garantía de calidad especificada en la IG/DO.

Igualmente queda prohibido el uso de la IG/DO para productos que no provengan de las áreas geográficas²²_____ en mesa de trabajo

- a. Para designación comercial del producto similar a los registrados como IG/DO.
- b. Cuando implique una indicación falsa o falaz, ardid o engaño, relativo a la procedencia, origen, naturaleza o característica esencial de la IG/DO originarios y protegidos.
- c. Cuando pueda inducir al error de los consumidores sobre el verdadero origen.

XI. DE LAS ASAMBLEAS

La máxima autoridad de la Sociedad es la Asamblea de Asociados Activos.

Las Asambleas pueden ser Ordinarias y Extraordinarias.

En las Asambleas, tanto Ordinarias como Extraordinarias, las resoluciones se toman por voto favorable de por lo menos la mitad más uno de los Asociados Activos presentes, salvo en los casos que estos Estatutos y/o la Ley requieren mayoría especial.

Los Asociados Activos para ejercer su derecho a voto deberán estar al día en el pago de sus obligaciones para con la Sociedad.

La Asamblea regularmente constituida representa la universalidad de los asociados. Sus deliberaciones y las resoluciones que sean adoptadas conforme lo dicten las leyes y estos Estatutos, obligan a todos los asociados, incluyendo ausentes o disidentes.

XII. ASAMBLEA ORDINARIA

La Comisión Directiva convocará anualmente a Asamblea Ordinaria en el mes de abril de cada año. La fecha, día y hora, y el Orden del Día de la primera y segunda convocatoria, se indicarán en la circular que para tales fines se enviará a los Asociados Activos, firmada por el Presidente y otro miembro de la Comisión Directiva, con diez (10) días de anticipación a la fecha prevista para la Asamblea. La circular podrá realizarse por formato electrónico.

La Asamblea Ordinaria puede deliberar válidamente con la presencia de la mitad más uno de los Asociados Activos. No reuniéndose este número a la hora fijada, la Asamblea se realizará una (1) hora después, la cual podrá deliberar válidamente, cualquiera sea el número de Asociados Activos presentes.

Son atribuciones de la Asamblea Ordinaria:

- a. Nombrar un presidente y un secretario para las sesiones ordinarias de la Asamblea.

[22] Establecidas en las especificaciones técnicas.

- b. Designar 2 Asociados Activos para la firma del Acta de la Asamblea.
- c. Aprobar o rechazar la Memoria Anual.
- d. Aprobar o rechazar el Plan Anual propuesto por la Comisión Directiva.
- e. Aprobar o rechazar el Balance General y Estado de Resultados.
- f. Establecer las políticas y líneas estratégicas de acción y proyectos específicos de la Sociedad, los que pueden ser propuestos por la Comisión Directiva y/o los miembros de la Asamblea.
- g. Elegir a los miembros de la Comisión Directiva.
- h. Remover a los miembros de la Comisión Directiva cuando se hayan constatado fehacientemente irregularidades en el desempeño de sus funciones o se hayan contravenido sin causa justificada, políticas e instrucciones emanadas de la Asamblea.
- i. Determinar la exclusión de un Asociado por motivos graves justificados así como de la IG/DO.
- j. Comunicar a los productores, y a quienes intervengan en el proceso, que están autorizados al uso de la IG/DO, la propuesta de modificación del registro cuando se hayan producido cambios en las condiciones originales, tanto en alguno como en el conjunto de los factores de producción. Deberá ser presentada ante la DINAPI dicho cambio para su aprobación y registro.

XIII. ASAMBLEAS EXTRAORDINARIAS

Los Asociados Activos pueden también reunirse en Asamblea Extraordinaria a convocatoria de la Comisión Directiva, o a solicitud de 10 (DIEZ) Asociados Activos con derechos a voto. En este último caso, el requerimiento será hecho al Presidente por carta certificada, quien deberá iniciar la publicación de la circular de convocatoria dentro de los cinco (5) días siguientes del recibo de la carta, con los mismos requisitos que los exigidos para las Asambleas Ordinarias. En la convocatoria a Asamblea Extraordinaria deberá constar el motivo de la misma, pudiendo ésta tratar solamente aquellos puntos explícitamente citados en la convocatoria. Esta Asamblea tendrá el mismo procedimiento establecido para las Asambleas Ordinarias.

XIV. MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS

Toda modificación de estos Estatutos deberá ser resuelto en Asamblea Extraordinaria especialmente convocada para el efecto, con presencia y conformidad de las tres cuartas partes de los Asociados Activos a la fecha de la convocatoria. Igual requisito se exigirá para el cambio del objetivo o fines de la Sociedad que será de las cuatro quintas partes de los asociados. Todo lo cual deberá ser presentado para comunicación ante la Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual.

XV. DISOLUCIÓN

Todo acuerdo sobre la disolución de la Sociedad y el destino del Patrimonio deberán ser resueltos en Asamblea Extraordinaria especialmente convocada para el efecto, con presencia y conformidad de las tres cuartas partes de los Asociados Activos a la fecha de la convocatoria.

En caso de disolución, la Asamblea que hubiere tomado tal determinación nombrará dos liquidadores, asociados o no, quienes se desempeñarán de acuerdo a lo establecido en el Código Civil. Disuelta la Sociedad, el patrimonio neto luego de pagadas las deudas, resultante de la liquidación, será donado a una Asociación o Institución nacional que tenga relación con las actividades o fines del Comité Regulador de la IG/DO.

8. Reglamento interno de uso de Marca Colectiva. Ejemplo

El caso de la Federación de Productores Acuícolas del Paraguay

Reglamento Interno de uso de Marca Colectiva. Como ejemplo y solo con este objetivo se propone el caso de FENAPROA Py.

Órgano de Control del uso de la Marca Colectiva FENAPROA, Py. Se establece una instancia denominada órgano de control del uso de Marca Colectiva. Estará integrado por 3 personas, representantes de la Comisión Directiva de FENAPROA Py, como encargados directos del control de uso de la marca. Estos representantes deberán ser de diferentes departamentos y de diferentes asociaciones para que tenga la representatividad necesaria.

Unidad de Control en cada Asociación. Cada Asociación, autorizada al uso de la Marca Colectiva, a su vez deberá disponer de una Unidad de control, también con 3 integrantes, los cuales deben ser Socios Activos de la Asociación. Inicialmente estas personas, integrantes de la Unidad de Control de la Marca Colectiva, serán dos representantes titulares y el representante suplente designados por la Asociación ante FENAPROA Py.

Tanto el Órgano de control de la Marca Colectiva de la Asociación como la Unidad de control de la Marca Colectiva de la Asociación, se reunirán al menos cada 30 días.

El Órgano de Control y la Unidad de Control de Marca Colectiva, deberá hacer un estricto control de la calidad de los productos que se comercializan con la Marca FENAPROA Py. Entre ellos deberá controlar que:

Color y sabor. Tanto el color como el sabor, deberán ser característicos de los pescados frescos y en buen estado de conservación.

Cadena de frío. Deberá asegurar que se mantenga de forma estricta la Cadena de frío de los productos hasta llegar al consumidor final.

Producción. En la fase de producción, se deberá cuidar que la Calidad de agua de los estanques sea la óptima. El agua de buena calidad permite tener productos de calidad. Si el agua no tiene la calidad necesaria, eso se transmite al producto y le da mal sabor.

En la fase de cosecha, acopio y todo el sistema de procesamiento de los productos, deberá ser el adecuado, siguiendo las recomendaciones técnicas que estarán establecidas para el efecto.

En ningún caso se podrá comercializar pescados de pesca de ríos. En todos los casos y de forma exclusiva debe provenir de la producción en estanques, y otras técnicas de producción permitidas, de propiedad de los asociados.

Deberá Promover el registro de trazabilidad de los productos. Registrar todo el proceso de producción, desde la obtención de los alevines, la fecha de siembra, la localización del estanque, los datos del propietario, la fecha de cosecha, el lote, etc. Cuaderno del productor.

Deberá disponer de un registro de la cantidad de productores con todos los datos, así como los espejos de agua disponibles por cada socio.

Las informaciones de la Federación serán preparadas a partir de las informaciones remitidas por las Asociaciones que tienen en uso la Marca Colectiva.

Solamente pueden usar la marca las Asociaciones afiliadas a FENAPROA Py. Las Asociaciones son las que solicitan y reciben la autorización del uso de la marca. Firma la solicitud el presidente y el secretario de la Asociación.

Faltas y sanciones

- i. Se sanciona a la asociación con multas pecuniarias si incurre en faltas leves, por ejemplo:
 1. Pesaje incorrecto.
 2. Envasado de mala calidad.
- ii. **Son faltas graves** y se sanciona al productor con la suspensión para el uso de la marca por seis meses a un año y multa pecuniaria. Igualmente se sanciona con multa pecuniaria a la Asociación. Las faltas graves pueden ser:
 1. Mala calidad del producto.
 2. Pérdida de cadena de frío.
- iii. **Son faltas gravísimas**, por ejemplo, ñas abajo citadas. Si no son socios, se denuncia en la justicia ordinaria. Si es socio, se expulsa al socio que cometió la falta. La Asociación recibe una multa pecuniaria y es responsable de que el Asociado sea expulsado.
 1. Uso de la marca sin autorización.
 2. Falsificación de marca.
 3. Incumplimiento de contratos o acuerdos.

9. Nota modelo a actores clave para conformar el Comité Regulador

Lugar Fecha_____

Señor

_____(Nombre y Apellido de la persona considerada de valor para el IG/DO)

Presente

De nuestra consideración.

Por el presente los productores de_____(especificar el producto) de la localidad de _____ (distrito o departamento o si es todo el Paraguay), reunidos en un Comité de Promoción para gestionar la solicitud preliminar de reconocimiento de_____(especificar la IG/DO que se demanda), tenemos el agrado de invitarlo a conformar un Comité Regulador para proseguir con el proceso de gestión ante la DINAPI.

La reunión se realizará el próximo día_____del mes de_____del año_____ (especificar fecha) en el local de_____(especificar local) ubicado en_____(especificar dirección), a partir de las_____ hs (especificar hora), con el siguiente orden del día²³.

- a. Informe de las actividades realizadas para la gestión del Reconocimiento IG/DO
- b. Elección de Presidente y Secretario de Asamblea
- c. Lectura y consideración del orden del día.
- d. Elección de la Comisión Directiva del Comité Regulador. Presidente. Secretario. Síndico. Miembros, los cuales proseguirán con las acciones previstas para obtener el reconocimiento IG/DO.
- e. Proclamación de autoridades.
- f. Elección de dos miembros para firmar el acta con el Presidente y Secretario de Asamblea.
- g. Cierre del acto

Esperando contar con su valiosa participación, nos despedimos atentamente.

Nombre y Apellido

Cargo

CI n.º

Nombre y Apellido

Cargo

CI n.º

(Firman los representantes del Comité regulador)

[23] El orden del día es una propuesta básica. Esto puede o debe adecuarse en cada caso.

Observación: Ideal sería que, en mismo acto Asambleario, se otorgue un mandato a las nuevas autoridades²⁴ para: Contactar y contratar un agente de PI habilitado en la DINAPI. Diseñar los Estatutos Sociales del Comité Regulador. Remitir a la DINAPI el borrador de los Estatutos Sociales para su revisión. Contratar los servicios de un escribano público para protocolizar los Estatutos Sociales revisados por la DINAPI. Elaborar el Reglamento interno del Comité Regulador. Solicitar con el patrocinio del Agente de PI el reconocimiento de la IG/DO

10. Nota modelo para solicitud preliminar de reconocimiento

Lugar Fecha _____

Señor
Director DINAPI
 Presente

De nuestra consideración.

Por el presente los productores de_____ (especificar el producto) de la localidad de _____(distrito o departamento o si es todo el Paraguay), reunidos en un Comité de Promoción presentan la solicitud preliminar de reconocimiento de_____(especificar la IG/DO que se demanda), considerando que reúne las condiciones establecidas en las normativas que regulan la materia.

Se adjuntan las especificaciones técnicas del producto, donde se demuestra que efectivamente se reúnen los requisitos.

Esperando respuesta favorable a lo peticionado, nos despedimos atentamente

Nombre y Apellido

Cargo

CI n.º

Nombre y Apellido

Cargo

CI n.º

(Firman los representantes del Comité Regulador)

11. Especificaciones técnicas

A continuación, se presentan las características técnicas del producto cuyo IG/DO se solicita.

Nombre del producto

El proceso de producción

Flujograma de producción. Materias primas, procesos, etc.

Historia de la región y límites geográficos

Resumen de la historia de la región vinculada al producto que se está gestionando para el IG/DO.

Productos que serán registrados.

Listado de productos o nombre del IG/DO que será registrado. Ejemplos de IG/DO «Miel de los humedales del Ñeembucú», «Miel de los Humedales del Pantanal», «Ka'a he'e del Paraguay», «Chorizo Sanjuanino», «Ao Po'i Rústico de Yataity», «Cordero Misionero», «Licor de Yegros».

Elementos que prueban que el producto es único y de la región definida

Características del producto que lo hacen diferente o único y que amerita el IG/DO

Métodos de producción

Qué hacen diferente a otras zonas o que la hacen única.

Elementos históricos del producto en la región

Históricamente desde cuándo se produce el rubro en la zona. Elementos diferenciadores.

Vínculo que demuestra que el producto y la localidad están unidos

El agua, la vegetación, la cultura, los métodos de producción, etc.

Identificación de los interesados en el registro de IG/DO

Puede ser el acta de conformación del Comité de Promoción, apoyado con alguna nota del intendente municipal o del gobernador departamental o alguna organización que apoye las condiciones propias del producto.

El área de producción para su determinación

Determinación del área de producción para la determinación del territorio IG/DO.

Invitación a acto de Constitución del Comité Regulador.

[24] Esto es importante para que las autoridades del Comité Regulador asuman las acciones necesarias para el registro IG/DO

12. Acta de Constitución. Borrador

Acta de Asamblea de Constitución del Comité Regulador de la

Indicación Geográfica _____

Siendo las ____hs del ____de ____ (mes) del año _____, en el local de la Asociación _____ de la ciudad de _____, se reúnen en Asamblea General Ordinaria las siguientes personas: _____ (se citan los nombres de los asistentes), con el objeto de constituir el Comité Regulador para la Indicación Geográfica _____

Orden del Día

1. Elección de Presidente y Secretario de Asamblea.
2. Constitución del Comité Regulador IG
3. Consideración del proyecto de estatutos sociales para su aprobación.
4. Elección de miembros de la Comisión Directiva.
5. Mandato para la protocolización de la Personería Jurídica.
6. Gestión ante DINAPI del Registro de la IG
7. Nombramiento de dos o más personas para suscribir el acta.

Desarrollo

Punto 1. Elección de Presidente y Secretario de Asamblea. Se elige a _____ como Presidente de asamblea y a _____ como Secretario de Asamblea.

Punto 2. Constitución del Comité Regulador. En este acto se constituye el Comité Regulador para la administración de la Indicación Geográfica _____. El mismo se realiza en el marco de la Ley 4923/2013, y la obtención del registro en la DINAPI.

Punto 3. Se da lectura a los art.s propuestos para el Estatuto Social del Comité Regulador IG _____, que después de varias deliberaciones sobre el contenido del proyecto, se aprueba el mismo a fin de su presentación posterior a las autoridades respectivas.

Punto 4. Elección de miembros de la Comisión Directiva. Son electos como autoridades de la Comisión Directiva las siguientes personas

Nombre y Apellido	Cedula de Identidad	Cargo
		Presidente
		Vicepresidente
		Secretaria
		Tesorera
		Síndico titular
		Síndico suplente

Punto 5. Mandato para la gestión de la Personería Jurídica. Se da el mandato y se autoriza suficientemente a la Presidente del Comité Regulador a que contrate los servicios de un escribano público y gestione en los registros públicos la Personería Jurídica del Comité Regulador conforme establecen las leyes que rigen la materia.

Punto 6. Se otorga el mandato y se autoriza suficientemente a la Presidente del Comité Regulador para que contrate los servicios de un abogado, Agente de Propiedad Industrial, para iniciar los trámites para el Registro de la IG ante la DINAPI.

Se nombra a _____ y a _____, para suscribir el Acta con la Presidenta y la Secretaria de la Asamblea.

Sin otro punto que tratar, se da por terminada la Asamblea siendo las ____ horas.

Firmas

13 Costos generales

Para el proceso de gestión de la IG/DO es necesario contar con recursos financieros, técnicos y humanos que promuevan el proceso.

Entre otros gastos se requiere pagar

- Honorarios y tasas del Escribano para la protocolización de los Estatutos Sociales.
- Honorarios y Tasas del Agente de PI y DINAPI.
- Papelería, registros para archivos.
- Secretaría permanente.
- Contador.
- Impuestos y demás establecidos por la normativa.
- Traslado a Asunción.
- Local de reunión.

14. Formulario-IG/DO Versión-1.0-2 ²⁵

A modo de conocimiento se adjunta el formulario utilizado para el proceso de registro IG/DO.

Formulario E1 – Indicación Geográfica o Denominación de Origen

*(Reservado para la Administración)
Nro., y Fecha de Concesión
Fecha de Vencimiento*

*(Reservado para la Administración)
Nro., Fecha y Hora de Solicitud
Recibo de Pago Nro.:*

INDICACIÓN GEOGRÁFICA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Solicitud Preliminar de reconocimiento Solicitud de Registro

DATOS DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (*):

Denominación (*):

DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (breve resumen.)

ÁREA GEOGRÁFICA:

País (*):

Lugar (*):

DATOS DEL SOLICITANTE (*): Anexo Titular:

Nombres y Apellidos – Razón Social: (*)

RUC (*): Teléfono(s):

Domicilio Real y Ciudad (*):

Correo Electrónico (*): País (*):

DATOS DEL AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: (*)

Nombres y Apellidos (*):

Domicilio (*):

Correo Electrónico (*): Matrícula Nro. (*):

Teléfono (*): Poder Nro.:

EN CASO DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN ENTRANJERA:

Tratado internacional ratificado Otro documento que justifique origen y existencia
(Deben acompañar certificado de autoridad donde conste su protección en origen.)

[Escriba aquí]

Describe los Productos que distingue (Si es necesario continuar en hoja complementaria - Anexo) (*):

DISTINTIVO:

Reivindicaciones:

Distintivo: (Logotipo):


FIRMA DE LOS INVOLUCRADOS:

Firma del solicitante o Apoderado Firma de Patrocinante Firma y Sello del funcionario

(*) Datos Obligatorios

[Escriba aquí]

[25] El formulario se puede encontrar en su versión digital en la página <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/igydo/aprender/registrar/>

 DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Paraguay, país de creadores

Formulario (E1) – Versión 1.0


DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Formulario IG/DO

Instrucciones de llenado	
<input type="checkbox"/> INDICACIÓN GEOGRÁFICA	Indicar el tipo de solicitud que desea proteger.
<input type="checkbox"/> DENOMINACIÓN DE ORIGEN	
<input type="checkbox"/> Solicitud Preliminar de reconocimiento	Indicar si es una solicitud preliminar o solicitud de registro
<input type="checkbox"/> Solicitud de Registro	
DATOS DE LA IG o DO (*):	
Denominación (*):	Completar con el nombre del producto, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.
DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (breve resumen.):	Completar con la descripción detallada del proceso de producción del producto (materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas y organolépticas del producto; métodos de producción, técnicas de acondicionamiento procesamiento, etapa de producción).
ÁREA GEOGRÁFICA:	
PAÍS (*):	Completar con el país de la indicación geográfica o denominación de origen.
LUGAR (*):	Completar con el lugar de la indicación geográfica o denominación de origen. En un mapa del país.
DATOS DEL SOLICITANTE (*):	
Nombre y Apellido – Razón Social: (*)	Señalar el comité de promoción de los productores que pretende el reconocimiento de una indicación geográfica o una denominación de origen
RUC (*):	Completar con el número de RUC (Registro Único del Contribuyente).
Teléfono(s):	Completar con el número de teléfono del comité de promoción.
Domicilio Real y Ciudad (*):	Completar con el domicilio real del comité de promoción.
Correo Electrónico (*):	Completar con el correo electrónico del comité de promoción.
País (*):	Completar con el país (según estándar OMPI).
Anexo Titular: <input type="checkbox"/>	Indicar el recuadro si tiene más de dos solicitantes.
DATOS DEL AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: (*)	
Nombres y Apellidos (*):	Completar con el nombre completo del Abogado (Agente de la Propiedad Industrial)
Domicilio (*):	Completar con el domicilio legal del Agente de la Propiedad Industrial.
Correo Electrónico (*):	Completar con el correo electrónico del Agente de la Propiedad Industrial.
Teléfono (*):	Completar con el número de teléfono del Agente de la Propiedad Industrial.
Matrícula Nro. (*):	Completar con el número de matrícula de Agente de la Propiedad Industrial.
Poder Nro.:	Completar el número de Registro de Poder concedido por la DINAPI a favor del Agente de la Propiedad Industrial.
DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO	
Describir los Productos que distingue (Si es necesario continuar en hoja complementaria - Anexo) (*):	Describir detalladamente los productos amparados en la clase que fue indicada.
DISTINTIVO:	
Reivindicaciones:	Completar con las reivindicaciones necesarias para el producto. También se puede completar indicando que NO reivindica algún signo que desea utilizar.
Distintivo: (Logotipo):	Insertar la figura, logotipo, etiqueta que identifica el producto que desea proteger.
FIRMA DE LOS INVOLUCRADOS:	
Firma del solicitante o Apoderado	Firma a puño y letra del solicitante o apoderado en caso de que el Agente de Propiedad Industrial tenga un registro de poder a su favor.
Firma de Patrocinante	Firma a puño y letra del Agente de Propiedad Industrial que patrocinara al comité permanente para la protección.
Firma y Sello del funcionario	Firma y sello del funcionario para validar el formulario.

[Escriba aquí]

15. Formulario de Renovación IG/DO ²⁶

 DIRECCIÓN NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL
Paraguay, país de creadores

Formulario (E1) – Versión 1.0

DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Formulario E1 – Indicación Geográfica o Denominación de Origen

(Reservado para la Administración) Nro., y Fecha de Concesión Fecha de Vencimiento	(Reservado para la Administración) Nro., Fecha y Hora de Solicitud Recibo de Pago Nro.:
<input type="checkbox"/> INDICACIÓN GEOGRÁFICA	<input type="checkbox"/> DENOMINACIÓN DE ORIGEN
Renovación del Registro Nro.:	
DATOS DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (*):	
Denominación (*):	
DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (breve resumen.):	
ÁREA GEOGRÁFICA:	
País (*):	
Lugar (*):	
DATOS DEL SOLICITANTE (*):	
Nombres y Apellidos – Razón Social: (*) Anexo Titular: <input type="checkbox"/>	
RUC (*):	Teléfono(s):
Domicilio Real y Ciudad (*):	
Correo Electrónico (*):	País (*):
DATOS DEL AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: (*)	
Nombres y Apellidos (*):	
Domicilio (*):	
Correo Electrónico (*):	Matrícula Nro. (*):
Teléfono (*):	Poder Nro.:
EN CASO DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN ENTRANJERA:	
Tratado internacional ratificado <input type="checkbox"/>	Otro documento que justifique origen y existencia (Deben acompañar certificado de autoridad donde conste su protección en origen.) <input type="checkbox"/>

[Escriba aquí]

[26] El formulario puede encontrarse en su versión digital en <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/igydo/aprender/registrar/>



Formulario (E1) – Versión 1.0
DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Describir los Productos que distingue (Si es necesario continuar en hoja complementaria - Anexo) (*):		
DISTINTIVO:		
Reivindicaciones:		
Distintivo: (Logotipo):		
FIRMA DE LOS INVOLUCRADOS:		
Firma del solicitante o Apoderado	Firma de Patrocinante	Firma y Sello del funcionario

(*) Datos Obligatorios

[Escriba aquí]



Formulario (E1) – Versión 1.0
DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Formulario IG/DO	
Instrucciones de llenado	
<input type="checkbox"/> INDICACIÓN GEOGRÁFICA	Indicar el tipo de solicitud que desea proteger.
<input type="checkbox"/> DENOMINACIÓN DE ORIGEN	
<input type="checkbox"/> Solicitud Preliminar de reconocimiento	Indicar si es una solicitud preliminar o solicitud de registro
<input type="checkbox"/> Solicitud de Registro	
DATOS DE LA IG o DO (*):	
Denominación (*):	Completar con el nombre del producto, Indicación Geográfica o Denominación de Origen.
DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA O DENOMINACIÓN DE ORIGEN (breve resumen.):	Completar con la descripción detallada del proceso de producción del producto (materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas y organolépticas del producto; métodos de producción, técnicas de acondicionamiento procesamiento, etapa de producción).
ÁREA GEOGRÁFICA:	
PAÍS (*):	Completar con el país de la indicación geográfica o denominación de origen.
LUGAR (*):	Completar con el lugar de la indicación geográfica o denominación de origen. En un mapa del país.
DATOS DEL SOLICITANTE (*):	
Nombre y Apellido – Razón Social: (*)	Señalar el comité de promoción de los productores que pretende el reconocimiento de una indicación geográfica o una denominación de origen
RUC (*):	Completar con el número de RUC (Registro Único del Contribuyente).
Teléfono(s):	Completar con el número de teléfono del comité de promoción.
Domicilio Real y Ciudad (*):	Completar con el domicilio real del comité de promoción.
Correo Electrónico (*):	Completar con el correo electrónico del comité de promoción.
País (*):	Completar con el país (según estándar OMPI).
Anexo Titular: <input type="checkbox"/>	Indicar el recuadro si tiene más de dos solicitantes.
DATOS DEL AGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: (*)	
Nombres y Apellidos (*):	Completar con el nombre completo del Abogado (Agente de la Propiedad Industrial)
Domicilio (*):	Completar con el domicilio legal del Agente de la Propiedad Industrial.
Correo Electrónico (*):	Completar con el correo electrónico del Agente de la Propiedad Industrial.
Teléfono (*):	Completar con el número de teléfono del Agente de la Propiedad Industrial.
Matrícula Nro. (*):	Completar con el número de matrícula de Agente de la Propiedad Industrial.
Poder Nro.:	Completar el número de Registro de Poder concedido por la DINAPI a favor del Agente de la Propiedad Industrial.
DESCRIPCIÓN DE PRODUCTO	
Describir los Productos que distingue (Si es necesario continuar en hoja complementaria - Anexo) (*):	Describir detalladamente los productos amparados en la clase que fue indicada.
DISTINTIVO:	
Reivindicaciones:	Completar con las reivindicaciones necesarias para el producto. También se puede completar indicando que NO reivindica algún signo que desea utilizar.
Distintivo: (Logotipo):	Insertar la figura, logotipo, etiqueta que identifica el producto que desea proteger.
FIRMA DE LOS INVOLUCRADOS:	
Firma del solicitante o Apoderado	Firma a puño y letra del solicitante o apoderado en caso de que el Agente de Propiedad Industrial tenga un registro de poder a su favor.
Firma de Patrocinante	Firma a puño y letra del Agente de Propiedad Industrial que patrocinara al comité permanente para la protección.
Firma y Sello del funcionario	Firma y sello del funcionario para validar el formulario.

[Escriba aquí]

16. Formulario 001-REGISTRO-de-MARCAS-Versión-3.0

		Formulario 001 – Versión 3.0	
ESTE FORMULARIO DEBE SER PRESENTADO EN UNA SOLA HOJA.			
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA		Expediente N°: _____	
		Fecha y Hora de presentación: _____	
Recibo de Pago De Tasa N°: _____		Concesión: _____	
Fecha de concesión: _____		Vencimiento: _____	
A – DATOS DE LA MARCA SOLICITADA (*)			
DENOMINACIÓN (*): _____			
Clasificación (*)		Tipo de Marca (*)	
CLASE:		<input type="checkbox"/> Denominativa <input type="checkbox"/> Figurativa <input type="checkbox"/> Mixta	
Producto <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/>		Otros (especificar) _____	
<input type="checkbox"/> Tridimensional		Distintivo	
Productos o Servicios que distingue (si es necesario continuar en hoja complementaria) (*)			

Reivindicaciones: <input type="checkbox"/> NO / <input type="checkbox"/> SI (especificar) _____			
B – DATOS DEL SOLICITANTE (*)			
Nombres y Apellidos/Razón Social (De ser más de uno deberá completar el ANEXO TITULARES):			Cantidad de Titulares: 123
N° de Documento (*): _____ Tipo: _____ RUC: _____ Teléfonos: _____			
Domicilio Real (*): _____			
Correo electrónico: _____			País (*): _____
C- CERTIFICADO DE PRIORIDAD			
N° de Solicitud: _____		Fecha de Prioridad: _____ País/Oficina: _____	
D – GESTIÓN DEL TRÁMITE			
Datos del Agente de Propiedad Industrial (*)			
Nombres y Apellidos (*): _____			
Domicilio (*): _____			
Correo Electrónico (*): _____			
Teléfono (*): _____		Poder N°: _____ Matrícula N° (*): _____	
Firma del Solicitante o Apoderado		Firma del Patrocinante	
Firma y Sello del Funcionario			
CONSTE: que la presente es hoja descriptiva y memoria de la marca individualizada y es copia fiel de las existentes en los archivos de esta Dirección			
DIRECCIÓN DE MARCAS			

(*) Datos de llenado obligatorio

17. Formulario 015 ANEXO TITULARES-Marcas

		Formulario 015 – Versión 3.0	
ESTE FORMULARIO DEBE SER PRESENTADO EN UNA SOLA HOJA.			
ANEXO TITULARES		Expediente N°: _____	
		Fecha y Hora de presentación: _____	
Recibo de Pago De Tasa N°: _____		Concesión: _____	
Fecha de concesión: _____		Vencimiento: _____	
A - DATOS DEL SOLICITANTE			
Nombres y Apellidos o Razón Social del Cotitular (*): _____			
N° de Documento (*): _____ RUC: _____ Teléfonos: _____			
Domicilio Real (*): _____			
Correo electrónico: _____			País (*): _____
Firma del Solicitante			
A - DATOS DEL SOLICITANTE			
Nombres y Apellidos o Razón Social del Cotitular (*): _____			
N° de Documento (*): _____ RUC: _____ Teléfonos: _____			
Domicilio Real (*): _____			
Correo electrónico: _____			País (*): _____
Firma del Solicitante			
A - DATOS DEL SOLICITANTE			
Nombres y Apellidos o Razón Social del Cotitular (*): _____			
N° de Documento (*): _____ RUC: _____ Teléfonos: _____			
Domicilio Real (*): _____			
Correo electrónico: _____			País (*): _____
Firma del Solicitante			
Firma y Sello del Funcionario			

(*) Datos de llenado obligatorio

REFERENTES Y ESPECIALISTAS

Participantes en el proceso de elaboración de las herramientas estratégicas para el fomento de la Competitividad Verde en Paraguay. Ámbito Propiedad Intelectual

Nombres y apellidos	Institución/Organización
Adriana Fleitas	Independiente-Agente de Propiedad Industrial
Adriana Villalba	MAG-DEAg
Aldo Brítez	MAG-DEAg
Alfredo Araujo	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ Consultor Producción Orgánica
Amalia González	SENACSA
Ana Núñez	Comité Teko Pyahu - Piribebuy
Antonio Semidei	SENACSA
Arturo Benítez	Asociación de Apicultores Ñeembucú
Arturo Garcete	MAG-DEAg
Atilio Benítez	MAG-DEAg
Avelardo Garay	FENAPROA PY
Berta Dávalos	DINAPI
Carolina O'Higgins	SENAVE
Claudia Alegre	IPTA
Claudio González	Coop. Manduvira Ltda.
Dalma Domínguez	MAG-VMG
Darío Staple	MAG-DC
Enrique González	SENACSA
Fernando Melgarejo	APRO
Florencia Arami Paez	Diseñadora Gráfica
Genaro Coronel	SENAVE
Genaro Ferreira	APRO
Gustavo García	INDERT
Gustavo Rojas	MAG-DEAg
Hebe González	ALTER VIDA
Héctor Britos	APRO
Hernán Ortellado	Altervida
Jorge Gutiérrez	Agente de Propiedad Industrial - Ñeembucu
José Villagra	MAG-DEAg
Juan López	MAG-DEAg
Juan Simón Ponce	MAG-VMG
Juanita Caballero	CTPPO-MAG/VMA
Liz Aguilera	MAG-DEA

Nombres y apellidos	Institución/Organización
Martín González	MAG- VMG
Milciades Velázquez	Consultor Independiente
Mirian Martínez	Comité Teko Pyahu - Piribebuy
Mirtha Cuevas	CONACYT
Mónica Hume	DINAPI
Montserrat Fernández	Py Orgánico
Néstor Espínola	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ - Asesor
Nicanora Pavón	MAG-DEAg
Osvaldo García	IMOCert Latinoamerica Ltda.
Pablino Ferreira	ECO Agro - APRO
Paola Boggino	SENACSA
Patricia Moreno	FCA-UNA
Patricia Schembori	DINAPI
Patrocinia Báez	Independiente-Agente de Propiedad Industrial
Pedro Fernández	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ - Asesor
Ricardo Fernández Ramirez	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ Consultor Propiedad Intelectual
Rodrigo Irazusta	DINAPI
Rosa Araujo	MSPyBS-INAN
Ruth Páez	Consultor Independiente
Santiago Ariel Rolón	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ - Asesor
Valeria Paredes	Altervida
Víctor Argüello	Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ Consultor especialista en CV
Víctor Ruiz Díaz	MAG - DEAg



Este material fue elaborado en el marco de la Medida Competitividad Verde en Cadenas de Valor - CV, que propone contribuir a la consolidación de los resultados de proyectos precedentes de cooperación bilateral, financiados por el BMZ y ejecutados por la Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – GIZ en conjunto con Instituciones Nacionales, con el objetivo de apoyar a actores locales, asociaciones, e instituciones del sector público, para promover la estrategia en dos ámbitos: la producción y la certificación orgánica, y la propiedad intelectual. De esta forma se busca promover la competitividad de las cadenas de valor ecológicas mediante la formalización y la certificación. Se pretende cerrar la brecha entre la aplicación de las buenas prácticas en las cadenas de valor y las ventajas competitivas de los productos certificados y registrados.