CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE Y DIGITALIZACIÓN DE DOCUMENTOS
29 SEP 2021
RECIBIDO
Firma.....Hora 5:32 pm

PROYECTO DE LEY QUE RECONOCE LA MARCA PAÍS Y LA MARCA CIUDAD COMO ELEMENTO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

El Congresista de la República que suscribe, **ALEJANDRO SOTO REYES**, miembro del grupo parlamentario ALIANZA PARA EL PROGRESO, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, presenta el siguiente PROYECTO DE LEY:

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE RECONOCE LA MARCA PAÍS Y LA MARCA CIUDAD COMO ELEMENTO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

CAPÍTULO I
DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objeto de la ley
La presente ley tiene por objeto reconocer la Marca País Perú como elemento de Propiedad Industrial a nivel nacional e internacional, así como también a las distintas Marcas Ciudad de todo el país; permitir que otros países registren y oficialicen sus Marcas País ante la Autoridad Nacional en materia de protección de la Propiedad Industrial en el Perú; y crear un sistema para la protección y funcionamiento de la Marca País Perú, las Marcas País extranjeras registradas, y las distintas Marcas Ciudad de todo el país.

CAPÍTULO II
DE LA MARCA PAÍS

Artículo 2. Reconocimiento de la Marca País como Propiedad Industrial
2.1. La Marca País es un elemento de Propiedad Industrial, dentro del grupo de signos distintivos, consistente en una combinación de letras con imágenes, figuras, símbolos, gráficos y otros, aplicadas como signo oficial, de conformidad con el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, a productos y/o servicios, designando un Estado soberano determinado, evocando en los agentes del mercado el origen geográfico dentro de dicho Estado y la imagen que tienen sobre el mismo.

2.2. La Marca País sirve de herramienta para promocionar e impulsar, entre otros, el trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, las emociones, la producción nacional, las exportaciones y las inversiones del mencionado Estado.

Artículo 3. Reconocimiento de la Marca País Perú como Propiedad Industrial
Reconócese la Marca País Perú como un signo oficial del Perú, de conformidad con el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, vigente para el Perú desde 11 de abril de 1995, el cual tiene la siguiente conformación:

Artículo 4. Titular de la Marca País Perú

4.1. La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) es titular exclusivo de los derechos de la Marca País, de conformidad con la normativa sobre Propiedad Industrial aplicable.

4.2. PROMPERU puede autorizar el uso de la Marca País a través el otorgamiento de licencias de uso o la designación de embajadores, según lo establecido en la presente ley.

Artículo 5. Reconocimiento de las Marcas País de otros Estados como Propiedad Industrial

5.1. El procedimiento de protección de la Marca País de otros Estados, incluyendo los países miembros de la Comunidad Andina, seguirá las reglas establecidas en la Decisión 876 de la Comunidad Andina.

5.2. Para que la Marca País de otro Estado sea protegida en el Perú deberá ser registrada ante la Dirección de Signos Distintivos (DSD) del Instituto de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Artículo 6. Protección de la Marca País

6.1. La Marca País Perú y la Marca País de Estados extranjeros serán protegidas por tiempo indeterminado.

6.2. La Marca País Perú y la Marca País de Estados extranjeros serán imprescriptibles e inembargables. La obligación de protección de una Marca País de Estado extranjero cesará a pedido expreso de la Autoridad Nacional competente que la hubiese comunicado. Tal pedido se efectuará siguiendo el procedimiento previsto en la Decisión 876 para la comunicación inicial.

6.3. La Marca País Perú y la Marca País de Estados extranjeros no estarán sujetas a ningún requisito de uso como condición para mantener su protección.

Artículo 7. Cambios en la titularidad y legitimidad sobre los derechos de la Marca País

La Autoridad Nacional competente que comunicó inicialmente acerca de la Marca País de Estado extranjero comunicará al INDECOPI en caso de que se produzcan cambios relativos en cuanto al titular o en cuanto a quien ejerce los derechos de su Marca País. Esta comunicación no requerirá trámite o procedimiento adicional, pero sí generará los cambios que sean necesarios en el registro correspondiente.

Artículo 8. Reglamento de uso de las Marcas País

Cada titular determinará las políticas y normas relativas al uso de su Marca País. Cada titular establecerá el procedimiento y las condiciones para solicitar y obtener la autorización para usar su Marca País, al interior o en el extranjero, según su normativa interna.

CAPÍTULO III
DE LA MARCA CIUDAD

Artículo 9. Reconocimiento de la Marca Ciudad como Propiedad Industrial
La Marca Ciudad es un elemento de Propiedad Industrial, dentro del grupo de signos distintivos, consistente en una combinación de letras con imágenes, figuras, símbolos, gráficos y otros, aplicadas como signo oficial, de conformidad con el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, a productos y/o servicios, designando una ciudad dentro de nuestro país o un país extranjero, evocando en los agentes del mercado el origen geográfico dentro de dicha circunscripción territorial y la imagen que tienen sobre el mismo, lo cual sirve de herramienta para promocionar e impulsar, entre otros, el trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, los eventos, las festividades y las emociones de la mencionada circunscripción territorial identificada con el signo.

Artículo 10. Titular de la Marca Ciudad
10.1. La municipalidad provincial correspondiente es titular exclusivo de los derechos de la Marca Ciudad, mientras que el Estado extranjero, en representación de cualquier forma de gobierno interno de dicho Estado, es titular exclusivo de los derechos de la Marca Ciudad del extranjero, de conformidad con la normativa sobre Propiedad Industrial aplicable.

10.2. La municipalidad provincial correspondiente o, en su caso, el Estado extranjero puede autorizar el uso de la Marca Ciudad a través el otorgamiento de licencias de uso o la designación de embajadores, según lo establecido en la presente ley.

Artículo 11. Reconocimiento de las Marcas Ciudad de otros Estados como Propiedad Industrial
11.1. El procedimiento de protección de la Marca Ciudad de otros Estados seguirá las reglas establecidas en la Decisión 876 de la Comunidad Andina.

11.2. Para que la Marca Ciudad de otro Estado sea protegida en el Perú deberá ser registrada ante la Dirección de Signos Distintivos (DSD) del INDECOPI.

11.3. Toda comunicación respecto a las Marcas Ciudad deberá ser realizada por el Estado central extranjero. De ninguna manera, el INDECOPI recibirá comunicaciones de cualquier forma de gobierno interno de un Estado extranjero.

Artículo 12. Protección de las Marcas Ciudad
12.1. Las Marcas Ciudad serán protegidas por tiempo indeterminado.

12.2. Las Marcas Ciudad serán imprescriptibles e inembargables. La obligación de protección de una Marca Ciudad de Estado extranjero cesará a pedido expreso de la Autoridad Nacional competente que la hubiese comunicado. Tal pedido se efectuará siguiendo el procedimiento previsto en la Decisión 876 para la comunicación inicial.

12.3. Las Marcas Ciudad no estarán sujetas a ningún requisito de uso como condición para mantener su protección.

Artículo 13. Cambios en la titularidad y legitimidad sobre los derechos de la Marca Ciudad

La Autoridad Nacional competente que comunicó inicialmente acerca de la Marca Ciudad del extranjero comunicará al INDECOPI en caso de que se produzcan cambios relativos en cuanto al titular o en cuanto a quien ejerce los derechos de su Marca Ciudad. Esta comunicación no requerirá trámite o procedimiento adicional, pero sí generará los cambios que sean necesarios en el registro correspondiente.

Artículo 14. Reglamento de uso de la Marca Ciudad

Cada titular determinará las políticas y normas relativas al uso de su Marca Ciudad. Cada titular establecerá el procedimiento y las condiciones para solicitar y obtener la autorización para usar su Marca Ciudad, al interior o en el extranjero, según su normativa interna.

CAPÍTULO IV
RÉGIMEN COMÚN DE PROTECCIÓN DE LAS MARCAS PAÍS Y LAS MARCAS CIUDAD

Artículo 15. Prohibición de registro de signos distintivos en base a las Marcas País o las Marcas Ciudad

15.1. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI denegará, de oficio o a petición de parte, el registro de cualquier signo distintivo, que sea idéntico o similar a la Marca País Perú, a una Marca País registrada o a una Marca Ciudad registrada en el Perú, en virtud del inciso m) del artículo 135 de la Decisión 486.

15.2. El INDECOPI, a través de sus órganos competentes en materia de Propiedad Industrial, consultará las Marcas País y Marcas Ciudad registradas y las tendrá en cuenta al adoptar decisiones sobre el registro de las diversas modalidades de Propiedad Industrial, de conformidad con las reglas de sus procedimientos. Esta disposición no tendrá aplicación cuando el registro del signo distintivo sea solicitado por el mismo titular o por quien ejerza los derechos de la Marca País o de la Marca Ciudad, o cualquier persona expresamente autorizada.

Artículo 16. Nulidad de registro de signos distintivos en base a las Marcas País o las Marcas Ciudad

De oficio o a petición del titular o de la entidad que ejerce los derechos de la Marca País o la Marca Ciudad, la Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI declarará la nulidad administrativa del registro que hubiese concedido en contravención de lo estipulado en el artículo 7 de la presente ley, concordada con el artículo 172 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. También podrá declarar la nulidad administrativa si el registro se hubiese concedido mediando mala fe. En ambos casos, la acción será imprescriptible.

Artículo 17. Medidas de protección de las Marcas País o las Marcas Ciudad

17.1. El INDECOPI dispondrá de las medidas para impedir o hacer cesar cualquier uso de un signo que sea idéntico o similar a la Marca País Perú, a una Marca País registrada o a una Marca Ciudad registrada.

17.2. Para efectos de lo previsto en el presente artículo, el uso de un signo incluye, entre otros, los siguientes actos realizados con o sin fines de lucro:

a) el uso en el comercio;

b) el uso en cualquier medio de comunicación o de difusión;

c) la fabricación de documentos, etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros elementos o materiales que reproduzcan o contengan una Marca País o un signo semejante, así como comercializar o detentar tales elementos o materiales;

d) cualquier uso que pudiera indicar un vínculo o asociación con la Marca País objeto de la protección.

Artículo 18. Uso de un signo en el comercio
A efectos de lo previsto en el literal a) del artículo 17, constituirán uso de un signo en el comercio por parte de un tercero, entre otros, los siguientes actos:

a) introducir en el comercio, vender, ofrecer en venta o distribuir productos o servicios con la Marca País Perú o una Marca País registrada;

b) importar, exportar, almacenar o transportar productos con la Marca País Perú o una Marca País registrada; o,

c) emplear la Marca País Perú o una Marca País registrada en publicidad, publicaciones, documentos comerciales o comunicaciones escritas u orales, independientemente del medio de comunicación empleado y sin perjuicio de las normas sobre publicidad que fuesen aplicables.

Artículo 19. Acción de oficio para la protección de las Marcas País o las Marcas Ciudad
19.1. Si el INDECOPI toma conocimiento de la infracción a los derechos de la Marca País Perú, de una Marca País registrada o una Marca Ciudad registrada dentro del territorio peruano, iniciará de oficio el procedimiento administrativo sancionador por infracción a los derechos de Propiedad Industrial correspondientes, para impedir o hacer cesar cualquier uso o inminencia de uso de un signo idéntico o similar a la Marca País Perú, a una Marca País registrada o a una Marca Ciudad registrada, cuando tal uso o inminencia de uso se realice sin contar con la autorización expresa y escrita del titular o de quien ejerza los derechos de la Marca País Perú, de una Marca País registrada o de una Marca Ciudad registrada.

19.2. El titular de la Marca País registrada, de una Marca Ciudad registrada o cualquier tercero interesado suministrará a la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI, por propia iniciativa o a requerimiento de esta última, la información de la que disponga, a fin de que esta pueda iniciar o fundamentar mejor el procedimiento en cuestión.

19.3. La Comisión comunicará al titular de la Marca País o de la Marca Ciudad, según corresponda, el inicio del procedimiento administrativo.

Artículo 20. Medidas de protección de las Marcas País o las Marcas Ciudad
20.1. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI podrán ordenar, entre otras, una o más de las siguientes medidas:

a) el cese de los actos que constituyen la infracción;

b) el retiro de los circuitos comerciales de los productos y materiales constitutivos de la infracción, incluyendo los envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales, así como los materiales y medios que sirvieran predominantemente para cometer la infracción;

c) la prohibición de la importación o de la exportación de los productos, materiales o medios referidos en el literal anterior;

d) la adopción de las medidas necesarias para evitar la continuación o la repetición de la infracción, incluyendo la destrucción de los productos, materiales o medios referidos en el literal b) o el cierre temporal o definitivo del establecimiento del infractor;

e) la publicación de la resolución y su notificación a las personas interesadas, a costa del infractor.

20.2. Respecto a los literales b) y d), podrá disponer que la ejecución de las medidas dictadas sea por cuenta y costo del titular al que corresponde la Marca País objeto de protección o a costa del infractor.

Artículo 21. Medidas definitivas por infracción a los derechos sobre las Marcas País o las Marcas Ciudad

21.1. Una vez determinada la infracción y de conformidad con lo establecido en el literal d) del artículo anterior, la Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI podrán ordenar, entre otras medidas, la destrucción o la donación de los productos infractores.

21.2. En el caso de la donación, esta únicamente se podrá disponer con fines sociales, conforme a la normativa específica, para uso fuera de los canales de comercio, cuando la remoción del signo elimine las características infractoras de los productos y estos ya no sean identificables con la Marca País Perú, una Marca País registrada o una Marca Ciudad registrada, removida.

21.3. Bajo ningún supuesto, se podrá permitir que los productos infractores ingresen en los canales comerciales, incluso si se procede a la remoción de la Marca País Perú, una Marca País registrada o una Marca Ciudad registrada, adherida ilegalmente.

Artículo 22. Prescripción de la acción de infracción a los derechos sobre las Marcas País o las Marcas Ciudad

La acción por infracción a los derechos sobre la Marca País Perú, una Marca País registrada o una Marca Ciudad registrada prescribe a los cinco (5) años contados desde que se cometió la infracción por última vez.

Artículo 23. Medidas cautelares por infracción a los derechos sobre las Marcas País o las Marcas Ciudad

23.1. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI podrá ordenar medidas cautelares inmediatas con el objeto de impedir la comisión

de la infracción, evitar sus consecuencias, obtener o conservar pruebas, o asegurar la efectividad de la acción.

23.2. Las medidas cautelares podrán ordenarse conjuntamente con la acción o con posterioridad a su inicio.

Artículo 24. Medidas cautelares disponibles
24.1. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI podrán ordenar, entre otras, las siguientes medidas cautelares:

a) el cese inmediato de los actos que constituyan la presunta infracción;

b) el retiro de los circuitos comerciales de los productos y materiales constitutivos de la presunta infracción, incluyendo los envases, embalajes, etiquetas, material impreso o de publicidad u otros materiales, así como los materiales y medios que sirvieran predominantemente para cometer la presunta infracción;

c) la suspensión de la importación o de la exportación de los productos, materiales o medios referidos en el literal anterior;

d) el cierre del establecimiento del presunto infractor cuando fuese necesario para evitar la continuación o repetición de la presunta infracción.

24.2. Respecto al literal b) podrá disponer que la ejecución de las medidas cautelares dictadas sea por cuenta y costo del titular al que corresponde la Marca País objeto de protección, o a costa del presunto infractor.

Artículo 25. Medidas cautelares *inaudita altera pars*
25.1. Cuando se hubiera ejecutado una medida cautelar sin intervención del presunto infractor, ella se le notificará inmediatamente después de la ejecución. Esta parte podrá recurrir ante la Dirección de Signos Distintivos (DSD) o la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI para que revise la medida ejecutada.

25.2. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) y la Comisión de Signos Distintivos (CSD) del INDECOPI podrán modificar, revocar o confirmar la medida cautelar.

Artículo 26. Objeto de aplicación de la medida cautelar
Las medidas cautelares se aplicarán sobre los productos y materiales constitutivos de la presunta infracción y sobre los materiales o medios que sirvieran principalmente para cometerla.

Artículo 27. Supervisión de los usos de la Marca País o las Marcas Ciudad
PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, supervisará el correcto uso de la Marca País Perú o la Marca Ciudad correspondiente, para lo cual podrá:

a) Observar la correcta aplicación de la Marca País Perú o la Marca Ciudad, según corresponda.

b) Verificar el cumplimiento de las condiciones por las cuales se otorgó la autorización de uso.

c) Requerir información a fin de verificar el correcto uso de la Marca País Perú o de la Marca Ciudad, según corresponda.

d) Monitorear el comportamiento de los embajadores de la Marca País Perú o de la Marca Ciudad, según corresponda.

CAPÍTULO V
SISTEMA DE LICENCIAS PARA LA MARCA PAÍS PERÚ Y LAS MARCAS CIUDAD NACIONALES

Artículo 28. Características de las licencias de uso

28.1. La licencia de uso de la Marca País Perú otorgada por PROMPERÚ o las licencias de uso de las Marcas Ciudad nacionales registradas y otorgadas por sus respectivos titulares son intransferibles y no tiene carácter exclusivo, puede ser de ámbito nacional o internacional, y está destinada a la promoción de, entre otros, el trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, los eventos, las festividades y las emociones del Perú o la circunscripción territorial correspondiente, en el marco de la política pública correspondiente.

28.2. La licencia podrá otorgarse hasta por el plazo de dos (2) años, pudiendo ser renovada.

Artículo 29. Renovación de licencias

La licencia de uso de la Marca País Perú o de la Marca Ciudad puede ser renovada a solicitud de parte interesada.

Artículo 30. Tipos de licencia de uso

Los tipos de licencias de uso de la Marca País Perú o de las Marcas Ciudad nacionales registradas, son los siguientes:

1. **Uso institucional:** Es el uso de la Marca País Perú o de las Marcas Ciudad nacionales registradas a nivel organizacional por personas naturales con negocio, personas jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas; uso que realizan a través de sus comunicaciones institucionales, tales como página web, papelería en general, material promocional de distribución gratuita, publicidad referida a la trayectoria de la institución o a la prestación de sus servicios (no en productos), entre otros.

   El uso institucional no incluye el uso en firmas de correos electrónicos, tarjetas de presentación y fotochecks, salvo que se cuente con autorización expresa y escrita de PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda.

2. **Uso en productos:** Es el uso de la Marca País Perú o de las Marcas Ciudad nacionales registradas acompañando a marcas registradas que distinguen productos peruanos, efectuado por personas naturales con negocio o personas jurídicas nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas; uso que se efectúa a través de etiquetas, envases, envoltorios y publicidad referida al producto, entre otros.

   Cuando la marca del solicitante identifica a un portafolio de productos peruanos e importados; para autorizar el uso de la Marca País, es necesario que el 80% del portafolio, tanto en unidades vendidas como en valor de venta, esté compuesto de productos peruanos.

   Cuando la marca del solicitante identifica a un portafolio de productos peruanos e importados; para autorizar el uso de la Marca Ciudad, es necesario que el 80% del portafolio, tanto en unidades vendidas como en valor de venta, esté compuesto de productos de origen correspondiente a la circunscripción territorial identificada por la Marca Ciudad.

   PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, podrá autorizar también el uso en Productos, en los siguientes casos:
   a) Productos peruanos de marca blanca, cuando son productos peruanos de exportación.
   b) Productos que involucran derechos de autor, cuando el solicitante cuente con la documentación que acredite su titularidad sobre tales derechos o su derecho a usufructuar de los mismos, según el caso.

3. **Uso en eventos:** Es el uso en eventos nacionales o extranjeros organizados por personas naturales con negocio o personas jurídicas nacionales o extranjeras que promocionan el turismo, las exportaciones, las inversiones o la imagen del Perú o de la circunscripción territorial identificada por la Marca Ciudad.

Artículo 31. Licencia personal de uso como embajador
PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, podrá otorgar la licencia personal de uso como embajador, con fines promocionales, a quienes por sus méritos han logrado el reconocimiento de la población y son ejemplo y motivo de orgullo nacional y/o local, contribuyen a la promoción y difusión de la buena imagen del país o de la circunscripción territorial identificada por la Marca Ciudad.

Artículo 32. Tipos de licencia personal de uso como embajador
Los tipos de licencias personales de uso como embajador de la Marca País Perú o de las Marcas Ciudad nacionales registradas son los siguientes:

1. **Personalidades embajadoras:** Es la distinción que se otorga a personas naturales por sus aportes al desarrollo del país o la circunscripción territorial identificada por la Marca Ciudad, su exitosa trayectoria profesional, personal, solvencia moral, y el respeto por los valores y las leyes de la sociedad.

2. **Marcas embajadoras:** Es la distinción que se otorga a marcas nacionales registradas de alto grado de identificación con el Perú o la Marca País Perú, así como con las Marcas Ciudad en sus propias circunscripciones territoriales; buena reputación; respeto por los valores y leyes de la sociedad peruana; compromiso con el desarrollo del Perú, así como las circunscripciones territoriales identificadas por las Marcas Ciudad, que son nombradas por PROMPERÚ o los titulares de la Marca Ciudad para coadyuvar a las campañas de difusión de la Marca País Perú y las respectivas Marcas Ciudad, según corresponda.

3. **Institución embajadora:** Es la distinción que se otorga a una institución sin fines de lucro, que por su reconocida trayectoria y compromiso con el desarrollo del Perú, así como las circunscripciones territoriales identificadas por las Marcas Ciudad, en los sectores de fomento de, entre otros, el trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, los eventos, las festividades y las emociones, que han obtenidos logros a nivel internacional. Distinción que otorga PROMPERU o el titular de la Marca Ciudad correspondiente, de manera exclusiva.

Artículo 33. Derechos del licenciatario

33.1. El licenciatario adquiere el derecho de utilizar la Marca País Perú o la Marca Ciudad, según corresponda, con las características y dentro del plazo establecidos en el certificado de licencia de uso.

33.2. Podrá participar, previa coordinación, en las actividades que PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, realice dirigidas a los licenciatarios.

33.3. PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, brindará al licenciatario el soporte complementario para la correcta aplicación de la Marca País Perú o la Marca Ciudad, correspondientemente.

33.4. Se podrán establecer más derechos del licenciatario vía reglamento.

Artículo 34. Compromisos del licenciatario

Los compromisos que asume el licenciatario son los siguientes:

a) Utilizar la Marca País Perú o la Marca Ciudad, según corresponda, para el cumplimiento de los fines para los cuales ha sido creada.

b) Mantener una conducta adecuada que contribuya al cumplimiento de los fines y objetivos de promoción de la Marca País Perú o la Marca Ciudad correspondiente.

c) Utilizar la Marca País Perú o la Marca Ciudad, según corresponda, en las condiciones que establezca PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, correspondientemente, quedando prohibida expresamente la alteración o modificación de los elementos que la componen.

d) No desarrollar cualquier marca, logotipo, diseño, signo u obra que incorpore total o parcialmente la Marca País Perú o una Marca Ciudad registrada; o cualquier signo que se asemeje o induzca a confusión con el mismo, asumiendo el compromiso de no proceder a su registro ni en Perú, ni en ningún otro país.

e) Presentar a requerimiento de PROMPERÚ o del titular de la Marca Ciudad, la información y/o cualquier otro tipo de documentación referida a la Marca País Perú o una Marca Ciudad, según corresponda, su utilización y/o aplicación.

f) Colaborar con PROMPERÚ o con el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, en el cumplimiento de los fines de la Marca País Perú o de la Marca ciudad correspondiente.

g) Otros que se consignen en el reglamento.

Artículo 35. Compromisos especiales del embajador

35.1. La entrega de una licencia de uso personal como embajador de la Marca País o de la Marca Ciudad correspondiente otorga a quien la ostenta un status especial, de carácter personalísimo, como representante de la Marca País o de la Marca Ciudad, según corresponda, a nivel nacional e internacional.

35.2. Tal distinción implica un compromiso con el Perú y con la circunscripción territorial correspondiente, en el caso de la Marca Ciudad, y quien la ostenta participará en campañas de promoción y difusión de la imagen del Perú o la circunscripción territorial identificada con la Marca Ciudad, según corresponda, a nivel nacional o internacional que lleve a cabo el Estado peruano a través de cualquiera de sus niveles de gobierno. Los compromisos que asuman los embajadores serán establecidos en cada caso mediante acuerdo escrito.

35.3. PROMPERU o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, revocará la distinción de embajador otorgada en virtud de lo dispuesto en el artículo anterior, cuando se compruebe una conducta contraria a los objetivos del Perú o la circunscripción territorial identificada con la Marca Ciudad, o una conducta apartada de las líneas que sirvieron de base para otorgarle tal distinción.

Artículo 36. Usos prohibidos

Se prohíbe el uso de las Marcas País registradas y las Marcas Ciudad registradas para fines o actividades siguientes:

a) Políticos, entre los que se encuentran los fines y actividades perseguidos o realizados por personajes y organizaciones políticas, tales como partidos y movimientos políticos, agrupaciones políticas no partidarias, y sus miembros, así como las actividades organizadas con fin político.

b) Religiosos, ligados a alguna creencia o credo religioso o espiritual.

c) Contrarios a la Constitución Política del Perú y legislación vigente.

d) Contrarios a la promoción de la imagen del Perú o de la circunscripción territorial identificada por la Marca Ciudad, que generen posiciones polarizadas, que pudieran dar lugar a consecuencias negativas en la percepción de la imagen del país, ya sea por causar daños a la salud, al medio ambiente, generar conflictos sociales u otros.

Artículo 37. Conclusión de la licencia

37.1. La licencia concluirá al término del plazo de vigencia por el cual fue otorgada, el mismo que figura en el certificado de licencia de uso.

37.2. La licencia podrá concluir anticipadamente, en caso de revocatoria.

Artículo 38. Suspensión de la licencia

38.1. PROMPERU o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, suspenderá la licencia de uso en los siguientes casos:

a) Cuando PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, reciba queja o denuncia sobre el mal uso de la Marca País Perú o de la Marca Ciudad.
b) Cuando el licenciatario no cumpla con entregar en su oportunidad, las aplicaciones de la Marca País o de la Marca Ciudad para su aprobación.
c) Cuando a solicitud de PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, el licenciatario no mejore las aplicaciones de la Marca País o de la Marca Ciudad, en el plazo que se le hubiere otorgado para tal efecto.
d) Cuando no se cumplan las condiciones que sustentaron el otorgamiento de la licencia de uso.
e) Cuando se verifique que el licenciatario tiene obligaciones tributarias y/o protestos vencidos que representen más del 20% de su endeudamiento total en el sistema financiero o protestos vencidos sin importar el monto por más de un año.
f) Cuando el licenciatario no cumpla con utilizar la licencia de uso únicamente en el producto o productos respectos de los cuales fuera autorizado.

38.2. En los casos citados en el párrafo precedente, PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, otorgará al licenciatario, un plazo no mayor de diez (10) días hábiles para que cumpla con subsanar las observaciones que se le formulen; de no cumplir con dicha subsanación, se procederá a la revocación de la licencia de uso de la Marca País Perú otorgada o de la Marca Ciudad correspondiente otorgada.

Artículo 39. Revocatoria de la licencia

39.1. La licencia de uso de la Marca País o de la Marca Ciudad, según corresponda, concluirá anticipadamente en caso que PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, en caso corresponda, previa evaluación, resuelva su revocación.

39.2. La revocación se producirá en los siguientes casos:

a) Incumplimiento de cualquiera de las normas establecidas en el Reglamento.

b) Verificación de falsedad en la documentación o información presentada por el licenciatario.
c) Falta de subsanación de las observaciones que han dado lugar a la suspensión de la licencia de uso, en el plazo otorgado para tal fin.

39.3. Producida una o más causales de revocación, PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad comunicará al solicitante las observaciones correspondientes a fin de que presente sus descargos, otorgándole a tal efecto un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles.

39.4. Vencido dicho plazo, PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad procederá a efectuar la evaluación que corresponde y emitirá su pronunciamiento; el cual de ser desfavorable, producirá la revocación de la licencia de uso de la Marca País o de la Marca Ciudad, según corresponda.

39.5. El pronunciamiento de PROMPERÚ o del titular de la Marca Ciudad, según corresponda, no es impugnable.

39.6. En caso de revocación de la licencia de uso, el licenciatario no podrá solicitar a PROMPERÚ o al titular de la Marca Ciudad, según corresponda, nueva licencia de uso, del mismo o distinto tipo de la que fue materia de revocación, sino hasta después de vencido el plazo de un (1) año computado desde la notificación correspondiente.

39.7. En el caso que se verifique que el licenciatario ha trasgredido el principio de veracidad, mediante la presentación de documentación o información falsa y similares, el licenciatario, previa evaluación del órgano competente, puede ser inhabilitado para solicitar el uso de nueva licencia de uso, hasta por el plazo de cinco (5) años, sin perjuicio de las acciones administrativas, civiles y penales que pudiera iniciar PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, por daños y perjuicios.

Artículo 40. Consecuencias de la revocación de licencia
Cuando se produce la revocación de la licencia de uso, el licenciatario queda obligado a:

a) Cesar en el uso de la Marca País Perú o de la Marca Ciudad, según corresponda.
b) Retirar del mercado los productos que son motivo de la infracción.
c) Destruir el material relacionado con la Marca País o de la Marca Ciudad, según corresponda, que hubiera venido utilizando.
d) Devolver a PROMPERÚ o al titular de la Marca Ciudad, según corresponda, los diseños, aplicaciones o cualquier otro material relacionado con la Marca País Perú entregado por PROMPERÚ, o con la Marca Ciudad correspondiente otorgada por su titular, y que obren en su poder.

CAPÍTULO VI
REGISTRO NACIONAL DE MARCAS PAÍS Y MARCAS CIUDAD

Artículo 41. Incorporación de las Marcas País y Marcas Ciudad en el del Registro Nacional de Propiedad Industrial

El Registro Nacional de Propiedad Industrial, a cargo de la Dirección de Signos Distintivos (DSD) del INDECOPI, incorporará, para su inscripción, los siguientes signos distintivos como Signos Oficiales:

a) Signos Oficiales nacionales

i. Marca País Perú.

ii. Marcas Ciudad nacionales.

b) Signos Oficiales extranjeros

i. Marcas País de Estados extranjeros.

ii. Marcas Ciudad de Estados extranjeros.

Artículo 42. Inscripción de la Marca País Perú en el Registro Nacional de Propiedad Industrial
La Marca País Perú está inscrita en el registro de Propiedad Industrial como Signo Oficial, según el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

Artículo 43. Inscripción de las Marcas País y las Marcas Ciudad en el Registro Nacional de Propiedad Industrial
Las Marcas País del extranjero, las Marcas Ciudad nacionales y las Marcas Ciudad del extranjero se inscriben, como Signo Oficial, en el registro de Propiedad Industrial a petición de parte, según la presente ley.

DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

PRIMERA. Reglamentación de la presente ley y el Reglamento de Uso de la Marca País Perú
El Poder Ejecutivo reglamenta la presente norma y establece las reglas sobre los aspectos funcionales de la Marca País Perú en un plazo no mayor de sesenta (60) días calendario, contado a partir de la vigencia de la presente ley.

SEGUNDA. Plazo de implementación
El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo implementa los procedimientos necesarios respecto a la Marca País de acuerdo a la presente ley en un plazo no mayor de treinta (30) días calendario, contado a partir del día siguiente de la entrada en vigencia del reglamento.

TERCERA. Registro de licencias
PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, llevará un control sistematizado del registro de las licencias otorgadas, indicando el plazo y objeto de la misma y demás información que considere conveniente. Asimismo, publicará, a través de su página web, la base de datos de licenciatarios indicando sus datos básicos de contacto.

CUARTA. Gratuidad temporal de las licencias de uso
PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, por el periodo de nueva introducción de la Marca País Perú o de las Marcas Ciudad, respectivamente, otorgará las licencias de uso de manera gratuita. PROMPERÚ o los titulares de la Marca Ciudad, según corresponda, evaluará el término de dicho periodo.

QUINTA. Inaplicación del silencio administrativo positivo
Por la naturaleza del derecho del objeto de licencia de uso, los procedimientos administrativos para su obtención no están sujetos al silencio administrativo positivo, regulados en la norma general; asimismo, el pronunciamiento emitido por PROMPERÚ o el titular de la Marca Ciudad, según corresponda, no podrá ser materia de revisión en la vía administrativa o judicial.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS MODIFICATORIAS

PRIMERA. Cambio de los registros de la Marca País Perú existentes
Los actuales registros de la Marca País Perú se adecuarán a Signo Oficial, según el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, en el Registro de Signos Distintivos del INDECOPI.

SEGUNDA. Modificación de los artículos 3 y 4 del Decreto Legislativo N° 1075, Decreto Legislativo que aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial
Modifícanse los artículos 3 y 4 del Decreto Legislativo N° 1075, Decreto Legislativo que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial, modificado por Decreto Legislativo N° 1397, en los siguientes términos:

> *"**Artículo 3.- Elementos constitutivos de la propiedad industrial***
> *Para efectos del presente Decreto Legislativo, constituyen elementos de la propiedad industrial:*
>
> *a) Las patentes de invención;*
> *b) Los certificados de protección;*
> *c) Las patentes de modelos de utilidad;*
> *d) Los diseños industriales;*
> *e) Los secretos empresariales;*
> *f) Los esquemas de trazado de circuitos integrados;*
> *g) Las marcas de productos y de servicios;*
> *h) Las marcas colectivas;*
> *i) Las marcas de certificación;*
> *j) Los nombres comerciales;*
> *k) Los lemas comerciales;*
> *l) Las denominaciones de origen;*
> *m) Las indicaciones geográficas;*
> *n) Las especialidades tradicionales garantizadas;*
> *o) Las marcas país; y*
> *p) Las marcas ciudad".*

*"**Artículo 4.- Entidades competentes***

[...]

4.2 La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es competente para conocer y resolver en primera instancia todo lo relativo a marcas de producto o de servicio, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas, marcas de certificación, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, especialidades tradicionales garantizadas, marcas país y marcas ciudad, incluyendo los procedimientos contenciosos en la vía administrativa sobre la materia, que son conocidos por la Comisión de Signos Distintivos. Asimismo, la Dirección de Signos Distintivos tiene a su cargo el registro de contratos que contengan licencias sobre signos distintivos y el registro de contratos de transferencia de tecnología.

[...]."

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: JULON IRIGOIN Elva Edhit FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/09/2021 13:15:21-0500

TERCERA. Modificación del párrafo 36.1 del artículo 36 del Decreto Legislativo N° 1033, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI

Modifícase el párrafo 36.1 del artículo 36 del Decreto Legislativo N° 1033, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, modificado por Decreto Legislativo N° 1397, en los siguientes términos:

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ACUÑA PERALTA Segundo Hector FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 29/09/2021 14:49:39-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: DIAZ MONAGO Freddy Ronald FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/09/2021 16:15:05-0500

*"**Artículo 36.- De la Dirección de Signos Distintivos***

36.1 Corresponde a la Dirección de Signos Distintivos [illegible] los derechos otorgados sobre marcas, lemas comerciales, nombres comerciales, marcas colectivas, marcas de certificación, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, especialidades tradicionales garantizadas, marca país y marca ciudad, así como administrar los registros correspondientes".

Lima, 20 de septiembre de 2021

Firmado digitalmente por: SALHUANA CAVIDES Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28/09/2021 15:54:27-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: SOTO REYES Alejandro FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 21/09/2021 12:02:38-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: SALHUANA CAVIDES Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28/09/2021 15:53:36-0500

ALEJANDRO SOTO REYES
CONGRESISTA DE LA REPÚBLICA

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: RUIZ RODRIGUEZ Magaly Rosario FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28/09/2021 16:44:51-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: JUAREZ CALLE Heidy Lisbeth FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 28/09/2021 17:00:17-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: CAMONES SORIANO Lady Mercedes FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/09/2021 13:00:49-0500

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **06** de **octubre** del **2021**
Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 325** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

1. **COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.**

HUGO ROVIRA ZAGAL
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

a. Antecedentes

Sobre la materia que aborda la presente propuesta existen tres normas de nivel reglamentario en nuestro ordenamiento jurídico: el Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR, publicado el 30 de septiembre de 2007, que regula las funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ); la Resolución de Secretaria General N° 153-2011-PROMPERU-SG, publicada el 31 de diciembre de 2011, que reglamenta el uso de la Marca País; y el Decreto Supremo N° 003-2012-MINCETUR, publicado el 09 de febrero de 2012, que otorga el carácter oficial a la "Marca País Perú".

De otro lado, no existen antecedentes legislativos sobre la materia.

b. Identificación del problema

El problema que se identifica viene determinado por tres puntos importantes:

En primer lugar, la Decisión 876 de la Comunidad Andina, que obliga al Estado peruano a adecuar su normativa en Propiedad Industrial para la correcta protección de las Marcas País de Bolivia, Perú, Ecuador y Colombia, convirtiéndose en una oportunidad para nuestro país para ampliar la posibilidad de protección a nivel internacional, más allá de los países antes indicados.

En segundo lugar, la inexistencia de legislación sobre la Marca País requiere que una norma reconozca su importancia y renueve la reglamentación existente por parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Finalmente, la completa desregulación y dispersión normativa local sobre la Marca Ciudad en nuestro país, brinda una oportunidad para que se reconozca este instrumento de la misma especie que la Marca País como Propiedad Industrial que genera valor agregado a las principales ciudades de nuestro país, de acuerdo con la política de descentralización que debe primar en la política del gobierno.

Veamos un poco más a detalle cada uno de los problemas identificados:

i. Adecuación de la normativa nacional a la Decisión 876 de la Comunidad Andina y su ampliación internacional

El Perú, desde 1969, es miembro de la Comunidad Andina, a través de la suscripción y adopción del Acuerdo de Cartagena, Acuerdo de Integración Subregional Andino. Igualmente, al celebrar el Tratado de creación del Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena, en 1979, se sometió a aplicar el ordenamiento jurídico normativo andino dentro del territorio nacional, lo cual incluye –según su inciso c) del artículo 1– las Decisiones del Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores y la Comisión de la Comunidad Andina, las cuales son de obligatorio cumplimiento –según el artículo 2– desde la fecha de su aceptación.

En este contexto, el 23 de abril de 2021, la Comisión de la Comunidad Andina aprobó la Decisión 876 de la Comunidad Andina, sobre el régimen común de la Marca País para los países miembros. La Tercera Disposición Final y Transitoria de la referida Decisión 876 de la Comunidad Andina establece que cada País Miembro deberá sujetar la regulación de su propia Marca País al régimen establecido en dicha norma del Ordenamiento Jurídico Andino. En este sentido, la incorporación de los mecanismos establecidos en esta norma andina y la adecuación de la normativa nacional es prioritaria y obligatoria para el Perú, además de representar la posibilidad de utilización de esta herramienta por parte de los ciudadanos de nuestro país para la reactivación económica y promoción turística.

Además de lo indicado, la oportunidad legislativa que se presenta hace que sea posible extender la posibilidad de protección a los demás países que busquen proteger su Marca País en nuestro territorio; además de establecer claramente que la Marca País es un elemento de Propiedad Industrial, con carácter internacional según el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, vigente en el Perú desde el 11 de abril de 1995.

La propuesta legislativa expande la aplicación de la fórmula creada por la Decisión 876 de la Comunidad Andina a países del mundo más allá de los miembros de esta integración regional internacional. Si bien esta norma supranacional reconoce la protección inicial que plantearon los países miembros de la Comunidad Andina, la protección a nivel nacional de estos signos oficiales no puede sólo quedarse en este ámbito regional, sino que debe expandirse al resto de Marcas País del mundo, tales como las siguientes:

Argentina [1] BRAZIL VISIT AND LOVE US [2] España Global [3]

Japan. Endless Discovery. [4] Egypt where it all begins [5] CANADA FOR GLOWING HEARTS [6]

---

[1] **Fuente:** https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-460-2021-352037/texto. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[2] **Fuente:** https://agenciabrasil.ebc.com.br/es/economia/noticia/2019-07/turismo-brasileno-en-el-exterior-gana-nueva-marca. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[3] **Fuente:** http://www.exteriores.gob.es/portal/es/politicaexteriorcooperacion/marcaesp/paginas/inicio.aspx. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[4] **Fuente:** https://www.japan.travel/es/es/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[5] **Fuente:** http://egypt.travel/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[6] **Fuente:** https://caen-keepexploring.canada.travel/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

7

8

9

ii. Refuerzo de la normativa reglamentaria acerca de la Marca País y su efectiva incorporación a la categoría de Propiedad Industrial

La presentación de este proyecto de ley también otorga la posibilidad de cambiar la normativa básica y marco en materia de Marca País, la cual únicamente está reconocida a través de normas terciarias; de esta forma, al dictarse una norma legal, se reconoce la importancia de esta figura no solo para el turismo y el comercio exterior, sino también como real elemento integrante de la categoría de Propiedad Industrial.

Como se ha indicado ya desde el punto de vista técnico,

> "*debemos dejar de lado la regulación de la 'Marca País' como un régimen sui generis, pues la 'Marca País' es un signo distintivo más que deberá ser protegido por las normas del sistema de Propiedad Industrial. En efecto, sólo en caso de existir suficientes razones por las cuales no se pueda encuadrar la 'Marca País' dentro de alguno de los conceptos de signos distintivos se podría extrapolar esta institución a un régimen sui generis o si el actual régimen de Propiedad Industrial no fuera lo suficientemente completo para proteger la 'Marca País' en los Ordenamientos del mundo. Supuestos que no suceden en este caso*"[10].

De esta forma, el régimen de protección de la Propiedad Industrial en nuestro país –enmarcado en la Decisión 486 de la Comunidad Andina y el Decreto Legislativo N° 1075, ahora sumándole la Decisión 876 de la Comunidad Andina– es el indicado para incorporar la protección de la Marca País Perú, así como las Marcas País extranjeras que se registren.

Como la Marca País es un signo oficial, según el artículo 6*ter* del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial; es una obligación del Estado incorporarla al marco normativo general de los signos distintivos.

Esta fórmula legislativa, entonces, respeta la regulación sobre el manejo de la Marca País Perú y brinda facultades al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) para poder colaborar y participar en la protección de los usos indebidos de este signo distintivo, así como la posibilidad de proteger

---

[7] **Fuente:** https://paismarca.com/2014/09/29/el-origen-del-liderazgo-de-la-marca-pais-de-costa-rica/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[8] **Fuente:** https://www.southafrica.net/ar/es/travel. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[9] **Fuente:** https://www.enit.it/wwwenit/it/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[10] MURILLO, Javier – "La Marca País. Estudio de Derecho Andino y Europeo y su uso como herramienta de las MIPYMES para su desarrollo en el Comercio internacional a través de Internet". Pamplona: Thomson Reuters-Aranzadi, 2018, p. 261.

institucionalmente la imagen de un país a través del impedimento de usos no autorizados, siempre para evitar daños irreparables a la misma[11].

La propuesta cuenta con una primera parte que se encarga de definir y reconocer tanto a la Marca País en sentido general como la Marca País Perú y las Marcas País extranjeras como elementos de Propiedad Industrial dentro de nuestro país, así como mantiene la autonomía de cada Estado en reglamentar su uso, únicamente sometiendo la protección en territorio nacional al registro correspondiente ante el INDECOPI, siguiendo el procedimiento estructurado en la Decisión 876 de la Comunidad Andina.

Igualmente, se establecen normas particulares aplicables conjuntamente a la Decisión 486 y el Decreto Legislativo N° 1075 acerca de la Marca País, tales como la prohibición de registros incompatibles, la nulidad de registros de signos incompatibles, las medidas de protección de estos signos, así como la posibilidad de medidas de protección, definitivas y cautelares en casos de infracción; además, se regula la prescripción de acción, así como la supervisión de usos, que se mantiene en cabeza de PROMPERÚ en el caso de la Marca País Perú.

Una parte importante de la propuesta de ley es el apartado de normas acerca del sistema de licencias para la Marca País Perú, dividido en tres tipos: institucional, en productos y en eventos, así como la licencia especial personal de uso como embajador. En esta parte, adicionalmente, se han previsto los derechos del licenciatario, así como los compromisos que asume y los usos prohibidos de la Marca País Perú. Además, se establecen las reglas sobre la posibilidad de conclusión, suspensión y revocatoria de las licencias otorgadas.

Finalmente, se incorporan las Marcas País al Registro Nacional de Propiedad Industrial a cargo del INDECOPI, configurándose la publicidad necesaria para que tanto los ciudadanos, así como el INDECOPI y el Estado en general, conozcan de los registros de Marca País y se logre una efectiva protección integral.

iii. Regulación primaria de la Marca Ciudad en nuestro país

Adicionalmente, la presente propuesta propone expandir –luego de años de normas independientes a nivel local– la protección a las Marcas Ciudad existentes a lo largo de todo el territorio nacional. Actualmente existen diversas marcas reguladas en normas locales que se establecen como Marcas Ciudad, las cuales no cuenta con publicidad al no estar contenidas en un registro nacional y no cuentan con verdadera posibilidad de supervisión y control de usos infractores. Por ende, se busca con esta propuesta la protección efectiva de las Marcas Ciudad existentes en nuestro país, como por ejemplo:

[11] Como indica Casado, una de las más frágiles funciones que tienen los signos distintivos es la condensación de *goodwill*; así, señala: "*es también la función que puede destruirse o dañarse con mayor facilidad si se viola un derecho privativo de marca. El prestigio desaparecerá, junto con una buena parte de la clientela de la empresa, cuando un tercero usa la marca sin autorización con objeto de obtener rápidos beneficios y aprovecharse del prestigio y reputación ajena*". CASADO, Alberto – "Derecho de Marcas y Protección de los Consumidores. El tratamiento del error del consumidor". Madrid, Tecnos, 2000, p. 29.

AREQUIPA [12]

TRUJILLO Primavera en tus sentidos. [13]

puno [14]

TACNA [15]

JUNIN ¡tierra de la alegría! [16]

AYACUCHO [17]

Demás está indicar que la protección y regulación de estas Marcas Ciudad se realiza con la finalidad de promover el turismo y características propias de cada lugar y territorio de nuestro país, tanto a nivel interno como en el extranjero. Ello es necesario debido a que es una política principal del Estado lograr la descentralización; de esta manera, el proyecto de ley logra un equilibrio en la colaboración entre el ente especializado en Propiedad Industrial, el INDECOPI, con los gobiernos locales, ya que la oficialización de las Marcas Ciudad y su reglamentación de uso, así como el sistema de licenciamiento, quedará en manos de los gobiernos locales, incluso también la potestad de supervisión.

La propuesta de ley que se plantea busca también abrir la posibilidad de usar el régimen de protección de la Propiedad Industrial por parte, precisamente, de los gobiernos locales para proteger de manera efectiva sus Marcas Ciudad a través de la especialidad del ente especializado a nivel nacional.

II. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

a. Análisis del estado actual de la situación a regular

---

[12] **Fuente:** https://elcomercio.pe/peru/arequipa/arequipa-presento-marca-destino-conoce-elementos-isologo-noticia-461970-noticia/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[13] **Fuente:** https://diariocorreo.pe/edicion/la-libertad/presentan-la-marca-trujillo-fotos-y-video-808275/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[14] **Fuente:** https://vivecandelaria.com/presentan-logo-ganador-de-la-marca-puno-2/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[15] **Fuente:** http://www.regiontacna.gob.pe/visor/noticia/NO00005244. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[16] **Fuente:** http://www.regionjunin.gob.pe/ver_documento/id/GRJ-1955128b8a3926bb5e3969f9da97db5257f446.png/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

[17] **Fuente:** https://diariocorreo.pe/edicion/ayacucho/marca-ayacucho-la-oportunidad-de-una-region-para-conquistar-el-mundo-fotos-867638/. Consulta: 17 de septiembre de 2021.

La actual regulación de la Marca País, como ya se ha indicado, se ha realizado a través de normas emitidas por el Poder Ejecutivo, de manera aislada y sin mayor trascendencia. Estas normas se han concentrado únicamente en la reglamentación interna de la Marca País Perú frente a los ciudadanos que deseen utilizarlas.

Actualmente, las Marcas País extranjeras no cuentan con protección efectiva ante el INDECOPI, ya que la única norma aplicable es el inciso m) del artículo 135 de la Decisión 486 que indica:

> *"No podrán registrarse como marcas los signos que: (...) reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas, bien como elementos de las referidas marcas, los escudos de armas, banderas, emblemas, signos y punzones oficiales de control y de garantía de los Estados y toda imitación desde el punto de vista heráldico, así como los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de cualquier organización internacional".*

No obstante, esta norma no tiene una protección específica para el caso de infracciones a los derechos sobre las Marcas País extranjeras.

De forma reciente (abril de 2021), se aprobó la Decisión 876 de la Comunidad Andina, que establece el marco común sobre Marca País, pero únicamente para Perú, Colombia, Ecuador y Bolivia; dejando de lado al resto de países del mundo que deseen exponer sus Marcas País en nuestro país, teniendo protección efectiva de las mismas ante posibles usos infractores.

Por último, no existe ninguna regulación nacional y central sobre las Marcas Ciudad de nuestro país. Es más, sólo algunos gobiernos locales cuentan con ciertas normas que oficializan la Marca Ciudad de sus respectivos territorios particulares; no obstante, ninguna de estas contiene mecanismos reales y efectivos para la supervisión, fiscalización y control de estos signos distintivos, ocurriendo realmente una situación de desregulación que promueve su uso no autorizado e infractor.

b. Nuevo estado que generará la propuesta

Según lo antes expuesto, la propuesta genera un nuevo y completo estado de la regulación de la Marca País y Marca Ciudad que beneficiará no solo a los ciudadanos, sino también a las empresas peruanas, así como –sobre todo– las micro y pequeñas empresas (MIPYMES). Este estado de regulación de la Marca País y la Marca Ciudad consistirá en lo siguiente:

- En primer lugar, como pioneros en la región latinoamericana, el Perú contará con una ley que reconoce y protege las Marcas País de manera sistémica dentro del régimen de protección de la Propiedad Industrial.

- En segundo lugar, en el mismo sentido pionero, el Perú tendrá una ley que reconoce y protege las Marcas Ciudad de manera sistémica dentro del régimen de protección de la Propiedad Industrial.

- En tercer lugar, el Perú habrá cumplido con el mandato ordenado en la Tercera Disposición Final y Transitoria de la Decisión 876 de la Comunidad Andina, adecuando el régimen establecido en dicha norma del ordenamiento jurídico andino al ordenamiento jurídico peruano.

- En cuarto lugar, el Perú tendrá una ley que permita la colaboración y cooperación internacional en la protección de las Marcas País a través del registro ante el INDECOPI, siguiendo el estándar de procedimiento aprobado por la Comunidad Andina, el cual resulta adecuado, pero tiene potencial para expandirse más allá de su aplicación a Ecuador, Perú, Bolivia y Colombia.

- En quinto lugar, el Perú tendrá una ley que habilite a su Autoridad Nacional en materia de Propiedad Industrial –el INDECOPI– a la aplicación del régimen de protección efectiva a la Marca País y las Marcas Ciudad.

- Finalmente, el Perú tendrá una ley sistemática que regule de forma global tanto la Marca País Perú, las Marcas País y Ciudad extranjeras registradas en el Perú y las Marcas Ciudad nacionales; lo cual incluye regulación de su reconocimiento, su régimen de protección efectivo (medidas y procedimientos), así como la posibilidad de perseguir sus infracciones.

III. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

Sobre los costos que generará la presente ley y los beneficios que logrará la misma, tenemos el siguiente análisis:

Actores	Beneficios	Costos
Gobierno nacional, regional y local, así como Estados extranjeros	1. Implementar la nueva estrategia de Marca País y/o Marca Ciudad que convierte la marca en un activo muy valioso. 2. Capacidad de generar una imagen o reputación de cara al mundo para dar a conocer la cultura, la gastronomía, el turismo, etc. 3. Protección de la Marca País y/o Marca Ciudad en los demás Estados, yendo más allá de los países miembros de la Comunidad Andina. 4. Crear una identidad por cada ciudad del Perú en la cual los pobladores se vean reflejados y contribuyan al fortalecimiento de dicha identidad.	
Empresa públicas y privadas	1. Reforzar el posicionamiento de las marcas peruanas que invirtieron en otros países o empresas internacionales que apuestan por comercializar un producto peruano.	

	2. Identificar a los productos y servicios locales en el mundo, transmitiendo nuestro ser nacional y potenciando la imagen del país. 3. Atraer nuevos y potenciales clientes para las empresas de los distintos sectores del país especialmente el turismo, la gastronomía, las exportaciones y las inversiones, entre otros.	
Sociedad	1. Contribuir a la identidad del país, así como de cada una de las ciudades del Perú, resaltando sus costumbres, sus creencias, su gastronomía y su cultura, entre otros.	
INDECOPI	1. Capacidad de resguardar las Marcas País y Marcas Ciudad, como Propiedad Industrial, así como incorporarlas al Registro Nacional de signos distintivos y, además, lograr su protección efectiva.	
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	1. Esfuerzo conjunto con las entidades del Estado que contribuya al crecimiento y desarrollo del país mediante la Marca País Perú y las Marcas Ciudad.	

Tanto el gobierno central como los gobiernos locales contarán con esta estrategia que representa ventajas en los planos económico, turístico, social, cultural, tecnológico y otros.

La incorporación de la Marca País Perú, las Marcas País extranjeras y las Marcas Ciudad permitirán reconocer y proteger un activo intangible muy valioso no solo económicamente sino también a nivel de reputación al condensar información del trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, las emociones, la producción nacional, las exportaciones y las inversiones. En definitiva, este tipo de signo distintivo impulsa la reputación de nuestro país y, además, de nuestras ciudades, jugando un importante papel en el desarrollo de los mismos.

El objetivo esencial de la existencia de una Marca País o una Marca Ciudad es construir una imagen del Perú y sus ciudades que permita darles una identidad. De esta manera, los productos y/o servicios peruanos serán identificados y diferenciados internacionalmente por el trato humano, el turismo, la gastronomía, los lugares en su interior, los deportes, el arte, la cultura, la educación, las emociones, la producción nacional, las exportaciones y las inversiones, propias del Perú y el resto de sus ciudades.

Esta demás indicar que la creación inicial de la Marca País Perú por parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de PROMPERÚ, elevó las exportaciones y transacciones internacionales de productos y servicios, siendo el objetivo hacer sólida la imagen de las ciudades del Perú para atraer los mismos resultados e inclusive expandirlos a nuevos sectores económicos.

A nivel empresarial, los productos o servicios con uso de la Marca País Perú y las diversas Marcas Ciudad, independientemente del origen de la empresa, serán beneficiados con el respaldo de un signo distintivo que actualmente está muy bien posicionado en el mercado mundial. Lo mismo se busca conseguir a través de la expansión hacia las Marcas Ciudad.

El beneficio es correlativo; es decir, no solo se beneficia la empresa llevando la reputación de la Marca País Perú o la Marca Ciudad, sino que las ciudades y el Perú también se ven beneficiados por la calidad, diferenciación y valor que se le da al producto a nivel nacional e internacional. Es fundamental establecer una estrategia teniendo conocimiento de que los riesgos y la indecisión que conlleva no potenciar la Marca País Perú, o las Marcas Ciudad, como ventaja competitiva, que refuerce la identidad, añada credibilidad y reputación a nuestras empresas o emprendimientos; esto conlleva permitir que el resto de los países competidores tengan ventajas adicionales y espacios estratégicos que son desfavorables para nuestro turismo, comercio e inversiones en el mundo.

La implementación de este Proyecto de ley no generaría costos al erario público, ya que el INDECOPI ya cuenta con un área encargada como es la Dirección de Signos Distintivos.

IV. RELACIÓN CON LA AGENDA LEGISLATIVA Y LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

En el Acuerdo Nacional, entre las Políticas de Estado que concuerdan con la finalidad de esta ley, encontramos las siguientes:

- **Política de Estado N° 3. Afirmación de la identidad nacional:**

  Esta ley permite la consolidación de la Nación peruana de forma integrada, respetuosa de sus valores, de su patrimonio milenario y de su diversidad étnica y cultural, vinculada al mundo y proyectada hacia el futuro, con un concepto concentrado en la Marca País Perú y las Marcas Ciudad.

  Con los objetivos de esta ley, el Estado: busca promover en el extranjero la protección y difusión de la memoria histórica del país, con todo lo que conlleva y lo que representa la Marca País Perú y las Marcas Ciudad; busca también crear la identidad nacional común de cara al extranjero y a los propios ciudadanos peruanos, afirmando las coincidencias y estimulando la tolerancia y el respeto a las diferencias, para la construcción de una auténtica unidad entre todos los peruanos; y, finalmente, busca promover una visión de futuro ampliamente compartida, para lograr un desarrollo nacional armónico y abierto al mundo, como una unidad en nuestra diversidad.

- **Política de Estado N° 22. Política de Comercio Exterior para la ampliación de mercados con reciprocidad:**

  Esta ley concreta el compromiso de desarrollar una Política de Comercio Exterior basada en el esfuerzo conjunto del Estado y el sector privado para lograr la inserción competitiva del país en los mercados internacionales.

Con los objetivos de esta ley, el Estado: asegurará una estabilidad jurídica y macroeconómica, al crear apertura en la protección de las Marcas País extranjeras y la Marca País Perú, que obtendrá reciprocidad en el exterior; además, fortalecerá la participación de las empresas peruanas dentro y fuera del país en la cadena logística de comercio exterior; también, mejorará, con la participación activa del sector privado, la infraestructura vinculada a las actividades de comercio exterior, a través de la valorización y protección de bienes intangibles importantes para el Perú y los Estados del extranjero.

Adicionalmente, el Estado con esta ley: establecerá una política dinámica e integral de promoción comercial, a través del uso y promoción de las Marcas País y las Marcas Ciudad; generará nuevos y mejores acuerdos comerciales orientados a incrementar y diversificar mercados para productos y servicios nacionales con valor agregado, basados justamente en las Marcas País y Marcas Ciudad; promoverá la construcción de una oferta exportable y competitiva con la participación de la pequeña y mediana empresa, quienes se verán reforzados de utilizar la Marca País Perú o las Marcas Ciudad correspondientes; también, armonizará la normativa supranacional con la normativa nacional, afectando de manera positiva el comercio exterior; logrará articular los distintos esfuerzos de comercio exterior del sector público y privado, estableciendo un órgano coordinador de enlace: el INDECOPI; igualmente, diseñará un sistema integral de información comercial, sobre todo en la armonización de la Marca País y las Marcas Ciudad e impulsará la capacidad de gestión de las misiones diplomáticas comerciales, ya que existirá sustento normativo para la reciprocidad en la protección de las Marcas País y las Marcas Ciudad, tanto nacionales como extranjeras.