

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE DERECHO



PROTECCION INTERNACIONAL DE LA
PROPIEDAD INDUSTRIAL

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA

Antonio Vásquez Solano

MEXICO, D. F.

1972



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mi adorada Madre,
Sra. Enriqueta Solano de Vásquez
Como un humilde tributo
a su memoria.

A mi Padre,
Señor Don Antonio Vásquez Carzo
Con Cariño y Respeto.

A mi Querida Tía,
Señora Francisca Solano
in memoriam.

A mis queridos hermanos,
Aurelio y Ramón
in memoriam.

A mis hermanos con entrañable
amor y gratitud por su
inquebrantable solidaridad.

Alejandrina, Francisco y
Felipe Vázquez Salano

A mis hermanas,
Norma Adelina, Blanca Lilia
y
Ma. Antonieta Vázquez Valenzuela

A mi querida Tía,
Sra. Luz Corzo Corzo
Con mi cariño y agradecimiento

A mis queridos primos,
Sr. Rubén Rojas Dugelay
y Jorge Farrera Rojas

A los Maestros, Sres. Lics.,
Victor Carlos García Moreno
y José G. Sandoval Ulloa,
En reconocimiento a la valiosa
colaboración prestada en la
elaboración de este trabajo.

A todos mis Maestros,
Compañeros y Amigos.

PROTECCION INTERNACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

CAPITULO PRIMERO

- I. - CONCEPTOS JURIDICOS INTRODUCTORIOS.
- II. - ANTECEDENTES Y EVOLUCION HISTORICA DEL DERECHO MARCARIO.
- III. - ANTECEDENTES HISTORICOS DEL DERECHO DE PATENTES.

CAPITULO SEGUNDO

- I. - LEGISLACION MEXICANA VIGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - a). - Marcas; b). - Patentes; c). - El Nombre-Comercial; d). - El Aviso Comercial; e). - Denominaciones Geográficas; f). - Denominaciones de Origen.

CAPITULO TERCERO

I. - LEGISLACION INTERNACIONAL.

- a). - Primeros Convenios Celebrados por México para la Protección Internacional de la Propiedad Industrial; b). - Convención -- de Unión de Paris de 20 de marzo de 1883;
- c). - El Arreglo de Madrid de 14 de abril de 1892, referente al Registro Internacional de Marcas de Fábrica y de Comercio; d). - Denuncia del Arreglo de Madrid por México; -
- e). - Legislación Internacional Vigente; f). - El Arreglo de Lisboa y la Protección Inter-nacional a las Denominaciones de Origen.

II. - NECESIDADES ECONOMICAS NACIONALES.

III. - INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EX-TERIOR.

CONCLUSIONES

CAPITULO PRIMERO

- I. - Conceptos Jurídicos Introdutorios.
- II. - Antecedentes y Evolución Histórica del Derecho Marcario.
- III. - Antecedentes Históricos del Derecho de Patente.

I. - CONCEPTOS JURIDICOS INTRODUTORIOS

La urgencia de un mínimo de orden jurídico en la vida social, es una de las necesidades que suscitan el orden jurídico con las consecuentes referencias a la certeza y seguridad, supuesto que hemos de conocer, en nuestras relaciones humanas, lo que podemos hacer sin temer a sanciones coercitivas, aquello de lo cual debemos abstenernos, y que índole de comportamiento podemos habitualmente esperar por parte de las personas con las que estamos en contacto.

Porque si es verdad que el derecho debe encarnar valores superiores como el de la justicia y -- los demás que ésta supone y concita, también es verdad que el derecho no surge primeramente como un -- mero tributo a esos valores de superior rango, sino -

que es gestado bajo el estímulo de unas necesidades - que se dan perentoriamente en la vida social.

No resulta posible concebir la organización - social sin un orden jurídico, ya que de este supuesto sur giría necesariamente la incertidumbre respecto a nues tros derechos y deberes, asimismo, permaneceríamos a merced de nuestros conciudadanos y de las mismas au toridades. Y como dada la naturaleza humana, no es posi ble pensar en una convivencia totalmente pacífica, en la - que no surjan controversias y conflictos, resulta indispen sable la existencia de un medio superior para resolver esas controversias y conflictos.

El medio mas adecuado para servir a esta finali dad resulta indudablemente el establecimiento de reglas - generales, es decir, de leyes, y en la institución de auto ridades que velen por la observancia de esas normas, - que resuelvan los conflictos que surjan en cualquier mo - mento, que impongan en caso necesario y de manera inex orable los preceptos legales y que cuando se consume un

infracción, un quebrantamiento de la norma, apliquen las sanciones previamente establecidas.

Así, la actividad industrial y comercial requiere de la satisfacción de los imperativos de certeza y seguridad que sólo se logra a través del orden jurídico, ya que si no existiera una regulación legal específica, indudablemente surgirían innumerables conflictos que obstaculizarían el avance de la tecnología, ya que con base en la legislación sobre la Propiedad Industrial, los caminos del progreso en el campo del comercio, la industria y la tecnología en general se hacen más expeditos.

Considerando la importancia de esta materia, la trataremos aún cuando no sea con la amplitud que ésta requiere, debido a los modestos recursos con que el autor dispone.

El Derecho de la Propiedad Industrial, forma - -

parte del Derecho de la Propiedad General, y más concretamente viene a ser una sub-especie de la Propiedad Inmaterial, como la llama Francesco Carnelutti en su obra "Usucapion de la Propiedad Industrial". (1)

En el desarrollo de éste trabajo, analizaremos desde los antecedentes históricos, hasta la actual legislación que sobre Propiedad Industrial existe, tanto nacional como internacional, así como en particular cada uno de los aspectos que integran la Propiedad Industrial, tales como el derecho de la marca, patentes, avisos y nombres comerciales, denominaciones geográficas y de origen y a la protección internacional que se les otorga merced a los Convenios y Tratados celebrados entre distintos países.

Lejos está mi pretensión de aportar algo nuevo sobre la materia con el presente trabajo, ya que los

(1) Usucapion de la Propiedad Industrial, Editorial - - -
Porrúa, Pág. 39. México, 1945.

recursos disponibles, no permiten la labor profunda y meticulosa de investigación y estudio que es menester para el logro de tales miras.

Presento, pues, a la bondadosa consideración - de quienes me honren leyéndola, ésta que es más que nada una modesta recopilación de datos y unos aún - - más modestos comentarios.

II. - ANTECEDENTES Y EVOLUCION HISTORICA DEL DERECHO MARCARIO.

DERECHO PRECOLONIAL

Del contenido de las obras producidas por los - mas grandes historiadores, podemos percatarnos del - grado de adelanto que en el arte y en la ciencia habían - alcanzado nuestros antepasados mexicanos, antes de la llegada de los españoles. Testimonios fuera de toda - duda acerca de ello, son las obras que a través de --

los siglos han permanecido incólumes, tales como el Calendario Azteca, portento de perfección matemática, así como el elevado grado de conocimientos que alcanzaron en el movimiento y posición de los astros. Las obras de arte en orfebrería y cerámica, los avances en la industria textil, reconocida por los eruditos en la materia, y más que nada por el testimonio de los valiosos tesoros de arte que afortunadamente conservamos en nuestros museos.

Aún cuando en el desarrollo del comercio azteca habían alcanzado un grado bastante aceptable, no se encuentra nada que revele que los comerciantes, tanto los que realizaban la venta de sus productos al menudeo en los mercados como los que lo hacían al mayoreo y que eran llamados Pochtecas, usaran signos que distinguieran sus productos, es decir, nada hay que haga pensar en el posible uso de la marca en tales épocas.

David Rangel Medina(2) da constancia en su importante obra de Derecho Marcario, de haber consultado vasta y autorizada bibliografía, sin haber encontrado ningún indicio acerca del uso de la marca en la época precortesiana.

Señala Rangel Medina, (3) que dado el monopolio casi absoluto ejercido por el Reyno Español sobre la Nueva España, el comercio exterior se veía constreñido a transacciones casi domésticas, ya que a las puertas de la Nueva España solo venían a tocar los galeones de España, y semejantes operaciones como es de suponer, no ameritaban principios o regulación jurídica de mayor importancia.

Así pues, en razón de que el comercio exterior era tan raquítico, el interior en consecuencia de esto, es fácil concebir como sería. En virtud de tales circunstancias

(2) Tratado de Derecho Marcario, Pág. 6. México, D.F. - 1960.

(3) David Rangel Medina. Op. Cit. Pág. 7.

fácil es explicar la falta quizás absoluta de marcas -
propiamente dichas en la época colonial y por conse--
cuencia la falta de normas jurídicas protectoras del -
derecho a la marca, tal y como lo concebimos en los -
actuales días.

No obstante lo anterior, sí existen datos relati-
vos al uso de signos distintivos, aunque con fines - -
muy restringidos en relación a la función que hoy en -
día tiene el signo marcario. Así, sabemos que el em-
perador Carlos V ordenó por cédula dada en Granada-
el nueve de noviembre de 1526, que sin limitación, in-
dios, negros o españoles, podían y debían trabajar las
minas como cosa propia, con el único requisito de pa-
gar el quinto real. Con esto se produjo el auge en la -
explotación de los metales y consecuentemente la fa-
bricación de objetos de arte de metales preciosos, -
principalmente de índole religioso. Este auge trajo con-
sigo, la necesidad de prevenciones de orden legal en -

caminados a evitar la evasión del pago de los reales -
derechos.

Como consecuencia de lo anterior, surgieron --
una serie de ordenanzas acerca de marcas que intere
sa mencionar, dada la cercana relación que guardan --
con la finalidad de las disposiciones marcarias de - -
nuestros días.

ORDENANZAS DICTADAS EN LO TOCANTE AL ARTE -
DE LA PLATERIA DEL MARQUES DE CADEREYTA -
DE 20 DE OCTUBRE DE 1638.

Citaremos, de estas ordenanzas, sólo aquellas -
que consideramos guardan una cierta relación con las -
disposiciones y ordenamientos legales marcarios de - -
nuestra época:

8a. -"El orden que se ha de seguir para que no
se defraude el quinto real, así de parte de los plateros

como del Veedor y Oficiales Reales, es el siguiente:

a).- Antes de labrar la plata u oro, los plateros están obligados a presentar la pasta a los Oficiales Reales para que estos vean si está quintada y marcada.

b).- El Veedor en presencia de dichos Oficiales Reales, las marcará con la marca y señal que para este efecto deben llevar."(4)

En otra parte de estas ordenanzas, exigían a los plateros, que debían tener marca y señal conocida para identificar las piezas que labraren. Dicha marca, deberían registrarlas ante el Cabildo de la Ciudad de México, requisito sin el cual no podían vender ninguna pieza, ya que de hacerlo serían sancionados. Podemos ver en esto un antecedente del registro de las marcas,-

(4) Lawrence Anderson, El Arte de la Platería en México. Editorial Porrúa, S.A. México 1956, Pág. 33 y de la 57 a la 60.

aunque la finalidad del registro señalado por estas ordenanzas, difiera del que tienen los ordenamientos actuales.

Las piezas de plata u oro, debían llevar tres marcas: la marca o remache del quinto comprobando el pago de impuestos; la marca del ensayador para indicar la ley del metal; y la marca del artífice junto con su nombre para evitar fraudes.

Como puede observarse, la finalidad primordial de la exigibilidad de la marca en esta época, era en razón principal del interés que tenía el Reyno de evitar la evasión del pago de impuestos, y no tenía la función que hoy tiene la marca, o sea la de proteger al dueño de la misma en sus intereses en contra de usurpaciones y de usos ilegítimos por parte de terceros.

MEXICO INDEPENDIENTE

La situación deficiente que privó en toda la época de la Colonia, en relación al Derecho Marcario, no cesó sino hasta las postrimerías del siglo XIX, ya que entre la Independencia de México y la última década de 1900, solo encontramos disposiciones aisladas encaminadas a la protección legal de las marcas.

Este mismo fenómeno se observa en los demás países, ya que ni España, Francia, Inglaterra, Alemania, o los Estados Unidos de Norteamérica, tuvieron un cuerpo de leyes destinadas al aseguramiento de las marcas. Así, por ejemplo, en España no fué sino hasta el 20 de noviembre de 1850 en que por Real Decreto -- aparece el primer cuerpo de leyes para el aseguramiento de las marcas. Francia, por su parte, no creó un -- sistema coordinado de preceptos legales encaminados a la protección marcaria sino hasta el 13 de junio de 1857.

Inglaterra no legisla sino hasta el siete de agosto de 1862. Estados Unidos de Norteamérica, en sus actas de 8 de julio de 1870, 14 de agosto de 1876 y 3 de marzo de 1881, dió principio a su legislación especial sobre la materia. La primera ley del Imperio Alemán al respecto, no nace sino hasta el 30 de noviembre de 1874.

Así pues, podemos ver que México no fue el único país carente de legislación marcaria proteccionista hasta épocas más o menos recientes.

En México, no obstante que es hasta 1890 cuando entra en vigor un cuerpo de preceptos específicamente reguladores de las marcas en sus diversos aspectos, desde antes, haciendo un examen minucioso, pueden encontrarse indicios de la inquietud legislativa para abordar el problema y atacar los actos atentatorios en contra del Derecho Marcario.

Así podemos encontrar en el primer Código de -

Comercio Mexicano de 16 de mayo de 1854, (5) cuyo primer autor fue Don Teodosio Lares, que aun cuando no regula en forma directa sobre la materia, si reconoce su existencia y la función de la misma en su aspecto esencial, como distintivo de productos.

CODIGO PENAL DE 1871.- El Código Penal de 1871, (6) bajo el título de "FALSEDAD" y en varios capítulos, sancionó la falsificación de moneda, acciones, documentos de crédito público, de billetes de banco, sellos, troqueles, pesas, medidas y marcas. Puede observarse en estas disposiciones que el objetivo principal de estas sanciones no van encaminadas a la protección de las marcas de fábrica o comerciales, sino mas bien a controlar mejor el pago de impuestos y a evitar por medio de esas sanciones, el máximo posible de evasiones del pago de los mismos.

(5) Manuel Dublan y José Ma. Lozano, Legislación Mexicana, Imprenta del Comercio, México, 1878, T. VII, Núm. 4243
(6) Dublan y Lozano. Op. Cit. T. XI, Núm. 6855.

EL CODIGO DE COMERCIO DE 1884, (7).- Respecto al tema que venimos tratando, establecía en su libro IV y bajo el rubro de "PROPIEDAD MERCANTIL", - conceptos importantísimos relativos al establecimiento comercial, privilegio de invención, nombre comercial, - muestras, título de obras y marcas. Instituye para el - fabricante y el comerciante, la propiedad de sus mar- - cas (Arts. del 1403 al 1449).

LEY DEL 11 DE DICIEMBRE DE 1885.- Esta - - Ley creó el Registro de Comercio, en el que deberían - inscribirse los comerciantes y en su hoja de matrícula deberían de anotarse los títulos de propiedad industrial, patentes de invención y marcas de fábrica. La omisión del comerciante en cuanto a este Registro, le impedía - ejercer sus derechos con relación a terceros. Esta - Ley de 1885, viene a constituir el mas antiguo anteceden - te del actual registro de marcas en cuanto a su función -

(7) Dublan y Lozano Op. Cit. T. XI, Núm 6966.

de medios para acreditar el derecho de exclusividad de uso de las mismas, a través de un sistema específico de registro y publicidad.

CODIGO DE COMERCIO DE 1889.- Este Código que entró en vigor el 10 de enero de 1890, y que aún permanece vigente, no obstante derogar las leyes mercantiles preexistentes (Art. 4o. Transit.), conservó la obligación de inscribir en el Registro de Comercio, los Títulos de Marcas de Fábrica, estableciéndose así mismo como sanción por la falta de registro, que los documentos no podían producir efectos contra terceros.

LEGISLACION ESPECIFICA SOBRE MARCAS.

LEY DE MARCAS DE FABRICA DE 28 DE NOVIEMBRE DE 1889.- La regulación directa de los derechos sobre la marca, se hace por primera vez, en la época de Don Porfirio Díaz, en una ley que en 19 artículos introduce disposiciones importantes que bene-

fician, tanto el interés del productor como el del público en general. Así, dispone en su artículo tercero, que no se consideran como marcas el color, la forma, locuciones o designaciones que no constituyan por sí solas el signo determinante de la especialidad del producto, rechazándose también como constitutivo de marca, el signo que sea contrario a la moral. En su artículo octavo, establece que solo puede pretender adquirir la propiedad de una marca, el primero que hubiese hecho uso legalmente de ella. En su artículo noveno preceptúa: La adquisición de la propiedad exclusiva de una marca se obtiene en virtud de la declaración hecha por la Secretaría de Fomento, respecto de que el interesado se ha reservado sus derechos. En el artículo 10, señala con relación al anterior que, "La declaración de referencia se hace sin examen previo, bajo la exclusiva responsabilidad del solicitante y sin perjuicio de los derechos de tercero, quien podrá presentar oposición al registro den

tro de los 90 días siguientes a la publicación de la solicitud. En caso de oposición, el registro solo se llevará a cabo, hasta que la Autoridad Judicial decida en favor de quien está el mejor derecho.

Artículo 11.- Las marcas no se transmiten sino con el establecimiento, para cuyos objetos de fabricación o de comercio sirvan de distinción; pero su transmisión no está sujeta a ninguna formalidad especial y se verificará conforme a las reglas del derecho común.

En nuestra legislación vigente sobre propiedad industrial, en su capítulo VI bajo el rubro de Transmisión de los Derechos, en su articulado comprendido del 172 al 183, regula todo lo relativo a la transmisión o enajenación de las marcas. En su artículo 172 textualmente dice: Art. 172.- "Con las limitaciones que ésta ley previene las marcas registradas pueden transmitirse o enajenarse por los medios y con las formalidades que esta-

blece la legislación civil, pero su transmisión no producirá efecto en contra de tercero, entre tanto no se registre en la Secretaría de la Economía Nacional". Como puede verse, el artículo 11 de la Ley de Marcas de Fábrica de 28 de noviembre de 1889, viene a constituir el equivalente al artículo 172 de la legislación vigente antes transcrito con la salvedad de que el art.11 de la Ley de 1889, no consigna el hecho de que la transmisión no producirá efectos contra tercero en caso de que no se registre la transmisión en la Secretaría de Fomento, que en ese entonces era lo que hoy es la Secretaría de Industria y Comercio.

Artículo 12. - La duración de la propiedad de las marcas es indefinida, pero se entenderá abandonada por la clausura o falta de producción por mas de un año de la fábrica o establecimiento que la haya empleado.

El artículo 168 de la legislación vigente, viene a

ser el equivalente al artículo 12 de la Ley de Marcas con los cambios que ha sido necesario hacer en cuanto a los plazos, ya que la Ley de 1889 concedía la propiedad por tiempo indefinido, pero la consideraba abandonada por la clausura o falta de producción durante más de un año por el establecimiento o fábrica que la hubiera empleado. Por su parte el artículo 168 de la Ley vigente, fija como plazo el de 10 años renovables, y ésta renovación deberá hacerse en el último semestre de cada plazo; y determina la pérdida de los efectos del registro en caso de que deje de explotarse por más de cinco años.

Artículo 14.- Es motivo de nulidad de una marca, el haberse obtenido en contravención de las prescripciones legales, pero se requiere instancia de parte para ser declarada, precisamente por una autoridad judicial.

En lo que se refiere a la nulidad de las marcas,

el artículo 14 de la Ley de 1889 coincide con el artículo 200 de la ley vigente en su fracción I, sólo que la Ley de 1889 condiciona la nulidad al hecho de que requiere instancia de parte para que pueda ser declarada la nulidad por una autoridad judicial.

Como puede observarse, en los anteriores preceptos de la Ley en cuestión, se nota la tendencia proteccionista ya en forma directa a los dueños de las marcas en contra de actos de usurpación por parte de terceros, condicionada ésta protección, al cumplimiento de las disposiciones legales respectivas. Esta ley, pese a sus tendencias abiertamente proteccionistas, resultó deficiente, ya que no alcanzó a cubrir todo lo necesario en la cuestión marcaria.

DECRETO DE 30 DE JUNIO DE 1896 SOBRE DEPOSITO DE MARCAS DE APARIENCIA EXTRANJERA(8).

Estaba dirigido a los fabricantes establecidos -

(8) Dublan y Lozano Op. Cit. 1898, T. XXVI, Pág. 326, 327, 328 y 329. No. 13567.

dentro de la zona de vigilancia (puertos fronterizos), - que dieran apariencia extranjera a sus productos, sin - que dicho procedimiento constituyera una verdadera falsificación. Para que estos productos fueran aceptados - como nacionales, debían depositarse en la Secretaría - de Hacienda y en las aduanas, oportunamente, las marcas de fábrica y demás distintivos de que hacían uso en la expedición de sus productos. La Autoridad Judicial calificaba si el procedimiento del comerciante caía o no dentro de la falsificación de marca.

DECRETO DE 8 DE FEBRERO DE 1897 SOBRE MARCAS DE APARIENCIA EXTRANJERA (9).

Tenía por objeto principal el que los industriales que dieran apariencia extranjera a sus productos, por - el uso de etiquetas u otros distintivos que no constituyeran falsificación, deberían depositar ante la Secretaría - de Hacienda el número de ejemplares que esta fijara de

(9) Dublan y Lozano. Op. Cit. 1897, T. XXVII, págs. 73 y 74 . No. 13844.

las marcas, etiquetas y demás distintivos que usaran en sus productos manufacturados, para que estos sean considerados nacionales y no exigirles tributos de importación.

Como puede observarse, los dos Decretos antes transcritos, casi no difieren, solo que uno estaba dirigido a los fabricantes establecidos en las zonas fronterizas señalándoles los requisitos que deberán llenar para que sus productos se aceptaran como nacionales y no se consideraran como falsificaciones. El otro estaba dirigido a los industriales en general y tenfan como finalidad principal que sus productos fueran considerados como nacionales para que no pagaran tributos de importación siempre y cuando cumplieran con lo dispuesto por el Decreto

DECRETO DE 28 DE MAYO DE 1903 QUE FIJA LAS BASES PARA LEGISLAR SOBRE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Se refiere a la autorización concedida al Ejecutivo para reformar la legislación vigente entonces sobre-

Propiedad Industrial, con arreglo a las bases siguientes:

- a).- Las marcas de fábrica se registrarán sin examen -- previo de su novedad u originalidad; y las patentes de invención se expedirán sin examen previo, en cuanto a su no vedad y utilidad y sin responsabilidad de ninguna especie para la nación ni para la autoridad, en cuyo nombre se ex pidan; b).- La tramitación de las solicitudes será sencilla y rápida. Los derechos por la expedición de títulos no excederán al gasto que aproximadamente originen. El im-- puesto, si lo hubiere, será progresivo; c).- Se establecerá una penalidad especial para los delitos contra la propiedad industrial, modificando, si fuere necesario las disposicio-- nes del Código Penal; d).- La traslación del dominio de cu alquier propiedad industrial ya sea parcial o total, para ser válida, deberá hacerse anotar en el registro correspondiente , modificándose al efecto las prevenciones del Código de Comercio en cuanto sea necesario; e).- Se publicará un pe-- riódico, que con suficiente claridad describa, represente y - enumere los inventos patentados y las marcas depositadas.

Con base en lo expresado en este Decreto, el --
Presidente de la República expidió la Ley de Marcas I
ndustriales y de Comercio de 23 de agosto de 1903, (10)-
en el que entre otros puntos importantes define la mar
ca como "el signo o denominación característica y pecu-
liar usada por el industrial, agricultor o comerciante, -
en los artículos que produce o expende, con el fin de sin
gularizarlos y denotar su procedencia, haciendo una enu
meración de lo que puede constituir la marca. También
señala las condiciones necesarias para tener el uso ex-
clusivo de una marca y se establece por primera vez -
una Oficina especial para el Registro de Patentes y Mar-
cas, tal como existe substancialmente en la actualidad.

Señala también que el registro comienza a surtir-
sus efectos desde la fecha de su presentación a la Ofici-
na de Patentes y Marcas y deberá renovarse cada veinte
años. Se reconoce también prioridad a las marcas cuyo-

registro se pida en México dentro de los cuatro meses de haber sido pedido en el extranjero, siempre que - - exista reciprocidad al respecto para los ciudadanos mexicanos.

Resulta importante señalar que la reglamenta--
ción penal del derecho marcario actual, tiene principal-
mente su fundamento en esta ley de que hablamos. Lo -
mismo puede decirse acerca de la reglamentación de -
las acciones por daños y perjuicios, así como de las nu-
merosas disposiciones establecidas para la persecución
de los delitos. La Ley de 1903 reglamentó por primera
vez el nombre comercial y el aviso comercial (Arts. del
73 al 84), signos distintivos de la hacienda mercantil,-
que guardan estrecha relación con las marcas.

DECRETO DE 11 DE DICIEMBRE DE 1903

CONVENCION DE PARIS

Promulga la adhesión del Gobierno de México a la

Convención de 20 de marzo de 1883, firmada en París - para la protección de la Propiedad Industrial, así como el Protocolo de Clausura que forma parte integrante de dicha Convención y su adhesión al Acta Adicional firmada en Bruselas el 14 de diciembre de 1900 que modifica dicha Convención.

DECRETO DE 6 DE SEPTIEMBRE DE 1909 (11).

ARREGLO DE MADRID

Promulga la adhesión del Gobierno de México al Arreglo para la protección del Registro Internacional de Marcas de Fábrica y de Comercio concluida en Madrid el 14 de abril de 1891, entre Bélgica, España, Francia, Guatemala, Italia, Países Bajos, Portugal, Suiza, Túnez, así como el Protocolo de clausura.

REGLAMENTO DE 9 DE NOVIEMBRE DE 1909 PARA EL REGISTRO DE MARCAS INTERNACIONALES. (12)

(11) Diario Oficial de 13 de septiembre de 1909.

(12) Diario Oficial de 12 de noviembre de 1909.

Determina la protección de los nacionales mexi
canos establecidos en el país y la propiedad de sus mar
cas en los países intervinientes en el Arreglo de Madrid.

DENUNCIA DEL ARREGLO DE MADRID.

En nota fechada el 10 de marzo de 1942 dirigida al Consejo Federal Suizo, por Acuerdo Presidencial, la Secretaría de Relaciones Exteriores, denunció el Arreglo de Madrid. Este tema lo abordaremos mas ampliamente en el capítulo correspondiente a Legislación Inter
nacional.

DISPOSICIONES DICTADAS CON MOTIVO DE LA PRI-- MERA GUERRA MUNDIAL.

Al desencadenarse la primera conflagración mun
cial, algunos mexicanos y extranjeros se vieron imposi
bilitados para solicitar la revalidación de los registros de marcas solicitados y obtenidos durante los Gobiernos de Huerta y la Convención; y con objeto de que aquellos -

no sufrieran daño en sus intereses de propiedad industrial, la Secretaría de Fomento, Colonización e Industria, por acuerdos de 27 de enero y de 25 de mayo de 1916, amplió hasta el 30 de septiembre del mismo año el plazo para realizar la revalidación de los registros en cuestión.

TRATADOS DE AMISTAD, COMERCIO Y NAVEGACION.

En razón de estos tratados, en los que México se compromete con diversos países en casos previstos a otorgar a los ciudadanos de cada uno de ellos, el --trato de la nación mas favorecida y con motivo de la --Primera Guerra Mundial, fue necesario, para cumplir con los mencionados tratados, expedir el Decreto de 2--de mayo de 1916, por el cual el Primer Jefe del Ejérci--to Constitucionalista, encargado del Poder Ejecutivo de--la Nación, amplió hasta seis meses de terminada la --Guerra Europea y respecto a las naciones en conflicto,

los plazos fijados por el Art. IV del Acta Adicional fechada en Bruselas el 14 de Diciembre de 1900, que modifica la Convención Internacional para la protección de la Propiedad Industrial de 20 de Marzo de 1883, y referido al plazo de prioridad de cuatro meses para las marcas de fábrica y de comercio, que se conceda al domiciliado en uno de los Estados contratantes, para efectuar su solicitud en los otros Estados.

El Subsecretario encargado del Despacho hizo extensivos los efectos del citado Decreto para los países neutrales, con los mismos fines, siempre que estos hubieran concedido la misma demora para obtener la prioridad a los registros hechos en México.

A este mismo respecto, Don Adolfo de la Huerta, firmó el Acuerdo de 6 de agosto de 1920, por el cual se concedían dos clases de plazos para la revalidación de patentes y marcas expedidos desde el 19 de febrero de -

1913 al 21 de agosto de 1914, y desde el 30 de noviembre del mismo año al 25 de agosto de 1915. El plazo de las patentes fenecía con el de su caducidad; y el plazo para las marcas, terminará en el que conforme a la Ley, debe hacerse la solicitud de renovación, para gozar de todas las franquicias que la misma concede.

LEY DE MARCAS Y DE AVISOS Y NOMBRES COMERCIALES DE 26 DE JUNIO DE 1928.

En relación con la Ley de Marcas Industriales y de Comercio de 23 de agosto de 1903, esta ley de 1928 presenta importantes innovaciones, entre las que cabe señalar la de los artículos, 1, 4, 5, 6, y 39, relativos al sistema de adquirir el derecho sobre las marcas y que es el atributo declarativo por el cual no solo se reconoce el derecho exclusivo al registrante de la marca, sino también se reconoce el uso de esta como fuente de derechos sobre la misma.

En el artículo tercero, se faculta por primera vez al Estado, cuando lo considere necesario, a declarar obligatorio el uso de marcas en ciertos productos que por su origen, naturaleza o aplicación se relacionen íntimamente con la economía del país y las necesidades públicas.

En su artículo 42 otorga la facultad al Departamento de la Propiedad Industrial, para decidir administrativamente lo concerniente a la nulidad del Registro Marcario, en lugar de los Tribunales Judiciales, quienes eran quienes conocían en forma inmediata al respecto.

En sus artículos 59 y 83, fijó como necesaria una declaración administrativa del Departamento de la Propiedad Industrial, para la persecución de los delitos de falsificación, imitación o uso ilegal de una marca.

Como puede observarse, hay gran similitud entre estos preceptos y nuestra legislación vigente sobre Propiedad Industrial, ya que en su artículo 96, prescribe la forma en que los fabricantes o productores -- así como los comerciantes puedan adquirir el derecho exclusivo de uso con respecto a los artículos que vendan y quieran indicar la procedencia, usando su marca por sí sola o agregada a la del industrial o agricultor que los produjo. Como puede observarse, este precepto viene a constituir el equivalente de los artículos -- 1, 4, 5, 6, y 39 de la Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales de 26 de junio de 1928.

Por otra parte, y en lo correspondiente a las nulidades de registro previsto por el Art. 42 de la Ley de 26 de julio de 1928, nuestra legislación vigente en sus artículos 208, 229 y 230 y siguientes, determina el procedimiento administrativo para declarar las nulidades -

de patentes, marcas y avisos comerciales registrados.

En lo que se refiere a la acción para perseguir los delitos derivados del uso ilegal, imitación o falsificación de una marca, será requisito -- previo para su ejercicio la declaración relativa hecha por la Secretaría de Industria y Comercio. En este aspecto, la Ley de 26 de junio de 1928 y la Ley vigente resultan coincidentes, ya que ambas condicionan el ejercicio de la acción persecutoria de los delitos por uso ilegal, imitación o falsificación de una marca, a una declaración relativa por parte de la - Secretaría de Industria y Comercio.

III. - ANTECEDENTES HISTORICOS DEL DERECHO DE PATENTE.

Desde ya muy lejanos tiempos, se ha reconocido a los inventores ciertos derechos exclusivos

sobre sus inventos, consistentes en poder obtener de estos ventajas materiales, que sean una recompensa y un estímulo para el genio. Debido a que la explotación de los inventos, cuando es lucrativa, tiene lugar en los primeros años del descubrimiento y excita la codicia de los hombres, de ahí que el Estado tenga que proteger tales derechos; en razón de que esta explotación no está circunscrita a los límites de un país, sino que en ocasiones se extiende a varias naciones, ha surgido la necesidad de la legislación internacional, a través de convenios y tratados entre los diversos países que en ellos intervienen.

La concesión de patentes se conoció por primera vez, en Inglaterra en el reinado de Jacobo I, y se reglamentó legalmente por medio del Acta del Parlamento, de 1623, la cual prohibía la arbitra

ria concesión de privilegios industriales y monopolios, de parte de la corona, sustituyéndolos por el otorgamiento de una carta patente de invención que asegurase la explotación del invento por espacio de catorce años. En los Estados Unidos, en 1776, proclamóse en pleno Congreso, la protección del inventor como uno de los derechos del ciudadano norteamericano, y en 1790 se reglamentó la práctica de este derecho. También en Francia, al estallar la revolución en virtud de las leyes de 1790 y 1791, se concedió el derecho de patente al primer solicitador. En Alemania las patentes de invención se concedían ya en el siglo XVIII por medio de privilegios de los señores feudales, y después se usaron leyes especiales en los países; así, en Prusia, en 1815; Baviera - en 1825, Wrttemberg, en 1836; Sajonia, en 1853, aunque la legislación era muy distinta en cada país. En la legislación Española, pueden citarse como antece-

dentes del derecho de patente, los Reales Decretos del 27 de marzo de 1826 y 23 de diciembre de 1829 que reconocieron los privilegios de invención, perfección e introducción, y la Ley de 30 de julio de 1878 sobre patentes de invención.

En la actualidad se reconoce en casi todos los países del mundo, con el nombre de patentes, los documentos en que consta la obtención de un privilegio industrial jurídicamente protegido. Tiene esta palabra dos significaciones diferentes, una que pertenece a la esfera del Derecho Administrativo, en cuanto la administración del Estado toma a su cargo la reglamentación de la propiedad industrial; y otra concerniente a la Hacienda Pública, para la que constituye un medio de recaudación de determinados impuestos.

En el derecho de patente, la actividad del -

Estado se desenvuelve en ambas manifestaciones, -
pues significa la protección jurídica de un interés
particular legítimo; el del inventor; y a su vez, el -
fomento de la industria considerada como fuente -
de riqueza y bienestar general, ya que la patente
tanto sirve para asegurar y garantizar el derecho
del inventor, como para articular la actividad so -
cial, estimularla y promover nuevos inventos y -
progresos.

Los Estados Unidos de Norteamérica - -
pueden servirnos de ejemplo de la importancia de
las patentes, ya que es en esta Nación en la que -
las patentes han tenido mas influencia en el desa -
rrollo de su industria. En siglo y medio, se han re -
gistrado en este país más de dos millones de pa - -
tentes de invención. El registro de todas estas se -
hace en el Patent Office of Washington en donde - -

existe un verdadero ejército de empleados; pasan de 1000 los dedicados a examinar las que se presentan y apenas pueden atender a la nutrida cantidad de solicitudes que llegan, con un promedio de mas de trescientas al día. Hace unos cien - - años, un empleado renunció a su puesto aduciendo que pronto no quedaría nada por descubrir y que la oficina tendría que cerrarse por falta de trabajo.

No siempre se otorgan patentes a quienes la solicitan, pues se han presentado infinidad de - casos en que las solicitudes tratan de amparar inventos, si así puede llamarseles, verdaderamente - absurdos y sin ninguna utilidad. Tales como el del - que trató de patentar un método para reconocer si - un hombre era enterrado vivo; o bien el de aquel - - que trató de evitar las colisiones de trenes por me

dio de rieles colocados en los techos de los carros, de suerte que uno de los trenes corriese sobre el otro en lugar de chocar. El movimiento continuo ha sido uno de los sueños mas acariciados por los inventores, sin que hasta la fecha haya surgido quien lleve a la realidad este proyecto.

El establecimiento de American Patent - - Sistem fundada en 1836, representa una revolución en el método tradicional de otorgar patentes; por su eficiencia, llegó a ser un modelo en su género. Esta establecido que la patente se otorgue después de un examen detenido acerca de su utilidad y la novedad de invención, para evitar repeticiones y pleitos judiciales. Se tiene mas en cuenta garantizar el derecho del inventor para recibir las recompensas por su trabajo, que los beneficios que el público en general podía recibir de el. La experiencia dice que no hay-

recompensa suficiente para un invento importante, y por eso, se permite lo mas productivo, o sea, - el monopolio durante cierto tiempo en la industria.

Por acuerdo internacional entre las principales naciones, los ciudadanos gozan de todos - los derechos que dan las patentes en sus naciones respectivas; solo durante tiempo de guerra las patentes de los ciudadanos de naciones enemigas - - pueden ser exceptuadas del goce de tales derechos.

CAPITULO SEGUNDO

I. - LEGISLACION MEXICANA VIGENTE DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

a). -Marcas; b). -Patentes; c). -El Nombre Comercial d). -El Aviso Comercial; e). -Denominaciones Geográficas; f). - Denominaciones de Origen.

LEGISLACION NACIONAL VIGENTE. -La Ley de la Propiedad Industrial de 31 de diciembre de 1942, que entró en vigor el 1o. de enero de 1943, codifica todas las disposiciones relativas a marcas, patentes, nombres comerciales, avisos comerciales, denominaciones geográficas y de origen y competencia desleal. A continuación, analizaremos brevemente cada una de estas partes.

MARCAS

Marca es el signo que sirve para distinguir los productos de un industrial o comerciante frente a otros de su misma especie.

Las marcas pueden ser, según el contenido de sus caracteres: nominativas, figurativas, mixtas y plásticas.

MARCAS NOMINATIVAS. - También se les conoce como denominativas o fonéticas y son aquéllas que se componen exclusivamente de una o más palabras. Pueden consistir en nombre propio, geográfico o comercial, expresado bajo forma distintiva. Pertenece a esta categoría de marcas, los títulos de periódicos, las iniciales, letras o siglas y los números.

Estos signos marcarios penetran en la conciencia de la gente, porque el público aprende rápidamente y recuerda con facilidad el sonido de una o más palabras de los que la marca se compone.

MARCAS FIGURATIVAS. - Son aquellas que se componen de dibujos o figuras características que independientemente del nombre sirven para designar los productos a que se aplican. También se les llama marcas innominadas, visuales y gráficas.

La marca figurativa se distingue de la nominativa porque funda toda su característica en el senti-

do de la vista, sin que para nada concurra en ella - el sentido del oído. Corresponden a esta clase de -- marcas, las viñetas, diseños, signos geométricos, - franjas de colores, retratos, firmas, escudos, monogramas, etc.

MARCAS MIXTAS. - Son las que se forman con un elemento nominativo y uno figurativo, se les llama también marcas compuestas y una de las ventajas de la marca nominativa y las figurativas, es decir - vienen a ser la combinación de un vocablo con una - figura, también pueden ser los elementos de la combinación el nombre, figura y colores.

MARCAS PLASTICAS. - Son aquéllas en las - que se emplea como signo distintivo, la forma del producto o de su envase, o de sus envolturas, también las figuras geométricas y los relieves pueden incluirse en este grupo.

Todas estas marcas, para que sean válidas y puedan ser protegidas jurídicamente, deberán llenar los requisitos de novedad, originalidad, especialidad, distinción, etc.

El objetivo principal de las marcas desde el punto de vista legal, es hacer saber el lugar de donde proceden las mercancías que con ellas se distinguen. No obstante lo anterior, el distintivo marcario por si solo, no alcanza a cumplir su cometido. En razón de esto, y previendo el posible fraude a consumidores acerca del origen de los productos, el Estado se preocupa por dictar medidas complementarias a este fin. Los Distintivos de marca han de someterse a determinadas condiciones, según se trate de marcas de tipo potestativo o de uso obligatorio.

MARCA REGISTRADA. - El artículo 141 de la Ley de la Propiedad Industrial, establece la obligación de usar

en los artículos que lleven una marca registrada en México la leyenda "Marca Registrada", puede usarse también la abreviatura "Marca Reg.", o bien "Marca-Ind. Reg.", para las marcas registradas antes de 1928, si así lo prefiere el dueño de la marca. Aparte de las leyendas señaladas por el artículo 141 no serán admisibles ninguna otra leyenda, traducción o abreviatura.

La indicación del número y fecha del registro en la marca, serán optativos y sólo será indispensable el uso de estos datos cuando la marca sea de empleo obligatorio (Arts. del 144 al 155).

OBJETO DE SU IMPOSICION.- La razón de ser de este requisito, se puede encontrar en el propósito de que los terceros tomen conocimiento de que determinada marca por el hecho de encontrarse registrada, exige respeto por todo el mundo e incurre en usurpación - -

quien la imite o reproduzca sin permiso de su dueño. - De parte del propietario de la marca se explica a su vez la exigencia, porque debe darse publicidad de que el titular se ha reservado de modo exclusivo el derecho al uso de la marca, y si no cumple con el precepto, entonces la misma Ley lo priva de las acciones civiles y penales que a todo propietario de marca concede contra la usurpación.

En este orden de ideas, es muy importante que el industrial, el comerciante y sus proveedores se percaten de que el usar la leyenda Marca Registrada, no está constituyendo una carga sobre ellos, sino que están adquiriendo una garantía en contra de los usurpadores en sus derechos marcarios.

El artículo 262, fija la sanción a que se hace acreedor quien use una marca con la indicación de estar registrada sin realmente estarlo.

En lo referente a mercancías registradas - en otro país y procedente de los mismos, deben contener también la leyenda Marca Registrada, y deberán señalar claramente el lugar del registro, ya que de no hacerse así, recaerá sobre quienes vendan estas mercancías, la sanción fijada por el Art. 262.

Así, la falsedad en la indicación del registro de la marca respecto a tal o cual país, se equiparará a la venta o circulación fraudulenta de mercancías, por hacer incurrir al consumidor en error acerca de la procedencia de tales productos y en consecuencia se agravará la sanción de acuerdo a los artículos 259 y 260 de la Ley de Propiedad Industrial.

LEYENDA ACERCA DE LA UBICACION INDUSTRIAL O COMERCIAL. MARCAS QUE DEBEN MOSTRARLA,

Además de la Leyenda Marca Registrada, -- las marcas registradas en México, deben expresar -

en los productos que distinguen, el lugar de la ubicación de la fábrica si se trata de un producto industrial y el del establecimiento si se trata de una marca comercial. La omisión a estas disposiciones traen como consecuencia la sanción prevista en la fracción I del artículo 153 de la Ley de Propiedad Industrial. A este respecto, el artículo 143 de la propia Ley, señala que cuando un fabricante tenga su establecimiento ubicado en el extranjero, y los artículos que ponga en el comercio de la República sean producidos o elaborados en ésta por otro fabricante, por cuenta del primero, la ubicación de la fábrica, que deberá aparecer en la marca, de conformidad con el artículo anterior, será esta última, aún cuando la fábrica no pertenezca al propietario de la marca.

LAS MARCAS COLECTIVAS Y LA LEYENDA DE UBICACION

La indicación de esta leyenda pierde su ca-

rácter obligatorio en los registros de marcas colectivas, si no existe realmente un establecimiento industrial definido o fijo, a condición de que los interesados, al solicitar el registro colectivo, manifiesten la carencia de un establecimiento de tal índole. El domicilio de la persona moral, (Sindicatos, Asociaciones Profesionales, Patronatos, etc), sólo se expresará en la misma solicitud con el único fin de que obre el expediente oficial de la marca para los diferentes efectos que le asigna la Ley de Propiedad Industrial (Art. 154).

FALSA INDICACION DEL DOMICILIO .

Cuando se usa una marca registrada o no, y en ella se señala un domicilio falso, se induce a error en cuanto a la procedencia de los objetos a que se aplica la marca y se incurre en el delito previsto y sancionado por los artículos 259 y 260 de la ley.

CAMBIOS DE DOMICILIO

Todo cambio de ubicación del establecimiento donde se elaboren los productos amparados por una marca, deberá ser notificado con anticipación a la Secretaría de Industria y Comercio antes de -- que el nuevo domicilio se haga constar en el producto amparado con una marca registrada. Asimismo el -- propietario de la marca notificará a la Dirección General de la Propiedad Industrial para que se anote la modificación del domicilio en el registro de la marca. El artículo 151 de la ley, considera esta omisión como un acto que puede conducir a error al consumidor en cuanto a la procedencia del producto y lo sanciona corporal y pecuniariamente.

La falta de inscripción de cambio de domicilio ante la Secretaría de Industria y Comercio produce la presunción legal de haberse suspendido la ex-

plotación de la marca y esta a su vez, seguido el procedimiento contencioso respectivo, extingue los efectos del registro de la marca. Para evitar dicha extinción será preciso renovar el registro por falta de uso de la misma.

PLURALIDAD DE FABRICAS DE UN MISMO PRODUCTO.

Cuando un mismo artículo amparado por una misma marca, es fabricado en diferentes lugares del país y expendido en un mismo establecimiento bajo la misma marca comercial, surge el problema de saber si las mercancías deben llevar la indicación de cada uno de los lugares de donde efectivamente procede el producto, o sí, en tal caso la ubicación que debe ponerse en toda la mercancía es una. Se trata por ejemplo, de mercancías iguales que no obstante de llevar la misma marca, son elaboradas en distintos puntos de la República,

V. gr., en México, D. F., Chihuahua, Monterrey, -
Hermosillo, etc. Ante el silencio de la Ley a este
respecto, pueden adoptarse dos medidas; o bien que
la ubicación que se señale en los productos, sea la
de la fábrica que se constituya en Matríz, o bien -
que en los productos se señale el lugar de donde -
realmente proceden. Pensamos que es mas apro-
piado este último sistema, porque si una de las -
miras de la Ley es evitar la inducción a error a -
los consumidores en cuanto a la procedencia de los
productos, en este caso, podría presentarse esta -
situación, ya que al señalar un mismo domicilio en
productos elaborados o producidos en distintas par-
tes, se estaría induciendo a error al consumidor, -
como sucedería por ejemplo al venderle café enlatado
y producido en distintas partes del país, tales como
Chiapas, Tabasco, Nayarit o Michoacán y estos
productos aparecen amparados por la misma mar -

ca y con un solo domicilio, por ejemplo el de Chia - pas, y así la gente pensaría que está adquiriendo - café de ese Estado, cuando en realidad es procedente de alguno de los otros, y es bien sabido que la - calidad del café de estas regiones varía de acuerdo con el clima, el suelo, etc. En razón de esto, creemos que la Ley debería ser expresa a este respecto y que la ubicación que se señalara en los productos, fuera el del lugar de donde realmente proceden.

CONSECUENCIAS LEGALES DE LA OMISION DE - ESTAS LEYENDAS OBLIGATORIAS A TRAVES DE LAS DIVERSAS LEGISLACIONES.

La Ley de Marcas Industriales y de Comercio de 25 de Agosto de 1903, sancionaba la omisión de las leyendas de estar registrada una marca y el de la ubicación del establecimiento en forma distinta, pues la primera, o sea omitir poner Marca Industrial Registrada o Marca de Comercio Registrada, --

originaba la pérdida de este derecho, pero no lo sancionaba ni corporal ni pecuniariamente. En cambio, la omisión de la ubicación de la fábrica o el comercio, hacía incurrir en la pena de arresto menor y multa de segunda clase, además perdía el derecho de solicitar la adjudicación de todos los productos revestidos con la marca ilegal. (13)

LEY DE MARCAS Y DE AVISOS Y NOMBRES
COMERCIALES DE 26 DE JUNIO DE 1928 (14).

Esta Ley asignó, asimismo, diferentes consecuencias a la falta de estas leyendas. Según el Art. 28, si la leyenda Marca Registrada no aparecía en los productos, el registro no producía ningún efecto. No podía oponerse a otro registro para anularlo, ni podía solicitar su titular declaración de invasión.

(13) Diario Oficial de 2 de Septiembre de 1903.

(14) Diario Oficial de 27 de Julio de 1928.

contra terceros. En suma, era ineficaz, carecía de validez para derivar del mismo registro derechos - contra terceros. Pero si no se cumplía el requisito de señalar la ubicación de la fábrica o establecimiento, venía la pérdida de la acción penal para perseguir la falsificación, el uso ilegal y la imitación de la marca.

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL VIGENTE.

Como hemos visto anteriormente, esta Ley en sus artículos 118 y 141, no distingue las sanciones en cuanto a la omisión de una u otra leyenda, si no que declara perdidas las acciones civiles y penales al titular de la marca registrada que omite cualquiera de las citadas leyendas en contra de quienes violen sus derechos marcarios. La omisión de las leyendas aludidas no afecta la validez de la marca, - la cual conserva su eficacia para todo lo demás, tal -

como invocarla para pedir nulidades, oponerla a nuevos registros, transmitirla etc. El artículo 145 de la propia Ley, impone la obligación cuando se trata de productos manufacturados en México en los que se usen marcas, esten o no registradas, de llevar la leyenda HECHO EN MEXICO, pero solo para los productos que realmente se fabriquen o elaboren en México, ya que para los productos que no son propiamente elaborados, como los frutos de la agricultura, del mar, minerales, etc.: que no han sufrido una transformación industrial, se usará la leyenda PRODUCIDO EN MEXICO.

MARCAS OBLIGATORIAS

No obstante su característica optativa, ya que en principio no existe la obligación para los industriales, comerciantes y agricultores de usar

marcas, se reconoce al Estado en ciertos casos la facultad de hacer obligatorio el uso de marcas en ciertos productos.

El Lic. David Rangel Medina, cita los conceptos que al respecto vierten algunos connotados -- tratadistas de la materia; así: Antonio Roselló y Gomez dice, "La naturaleza de tales productos y las circunstancias especiales que en ellas concurren por la aplicación de su destino y los peligros que podía acarrear su mixtificación, son los motivos determinantes de tal imposición" (15).

Según A. Laborde, las marcas de esta clase, "Son medios de control empleados por la autoridad para garantizar al comprador la composición o pureza del producto" (16).

(15) Citado por Rangel Medina. Op. Cit. Página 55

(16) Citado por Rangel Medina. Op. Cit. Página 56

~~Los productos de la industria de la~~
~~de marca en el sector productivo, algunos de los cuales~~
~~destinados a garantizar al consumidor la calidad y~~
~~pureza de los productos que suministran los productos~~
~~de la industria de la alimentación y bebidas, algunos de~~
~~los cuales se utilizan en la industria de la alimentación~~

Los productos de la industria de la alimentación y bebidas
de marca en el sector productivo, algunos de los cuales
destinados a garantizar al consumidor la calidad y
pureza de los productos que suministran los productos
de la industria de la alimentación y bebidas, algunos de
los cuales se utilizan en la industria de la alimentación
y bebidas.

Los productos de la industria de la alimentación y bebidas
de marca en el sector productivo, algunos de los cuales
destinados a garantizar al consumidor la calidad y
pureza de los productos que suministran los productos
de la industria de la alimentación y bebidas, algunos de
los cuales se utilizan en la industria de la alimentación
y bebidas.

teccionista y con miras a luchar contra la invasión del mercado nacional por productos anónimos mediocres importados del extranjero, el legislador ha exigido en ocasiones la indicación de origen para ciertos productos y hay una tendencia a pedir el retorno al sistema de la marca obligatoria, bajo la influencia de doctrinas del Socialismo de Estado. (18)

ANTECEDENTES EN LA LEGISLACION NACIONAL DE LAS MARCAS OBLIGATORIAS.

Las disposiciones que establecen el uso obligatorio de marcas son relativamente recientes en nuestro Derecho Marcario. Es en la Ley de Marcas de 1928 cuando por vez primera se restringe el carácter optativo del uso de las marcas, al conferir a la entonces Secretaría de Industria, Comercio y

(18) Citado por Rangel Medina. Op. Cit. Página 57.

Trabajo, la facultad de declarar en cualquier momento el uso obligatorio de las marcas para los artículos de consumo necesario, materias primas del país, efectos de la industria nacional, productos médicos y en general para todos aquellos artículos que por su origen, naturaleza o aplicación se relacionen íntimamente con la economía del país y las necesidades públicas.

La Ley de 1942 vigente sobre Propiedad Industrial, cuyos artículos 98, 155 y 270 se reformaron por Decreto de 29 de diciembre de 1949 y también adicionada con el artículo 277 son los que determinan el régimen de las marcas obligatorias en México.

Asimismo, por decretos de 22 de septiemu

bre de 1952, (19) y 10 de octubre de 1952, (20) se fijaron las mercancías para las cuales es obligatorio el uso de marcas.

Así, con respecto a los artículos de viaje, cinturones, carteras, monederos, que se fabriquen total o parcialmente con piel en la República. Señala en su CONSIDERANDO:

I.-Que la industria nacional de los artículos de viaje y otros fabricados total o parcialmente de piel ha alcanzado amplio desarrollo y considerable consumo; pero al mismo tiempo existe un comercio irregular en la venta y distribución de esos productos, originado principalmente por la falta de determinación de su procedencia, que obliga al público a pagar precios exorbitantes que no corres--

(19) Diario Oficial de 4 de octubre de 1952.

(20) Diario Oficial de 29 de noviembre de 1952 y fé de erratas de 12 de diciembre del mismo año.

ponden a su exacta calidad.

II. - Que es de todo punto necesario regular esta situación en forma que redunde en beneficio de los propios industriales y de los consumidores.

Así en su artículo 1o. enumera los artículos que en forma obligatoria deberán ostentar una marca.

En el artículo 2o. , señala que esos artículos deberán llevar claramente la marca, esté o no registrada, en caso de estarlo el número de registro, el nombre y la ubicación de la fábrica o establecimiento en que se haya elaborado el producto; - y para los artículos de producción nacional, la leyenda HECHO EN MEXICO.

A continuación señala las sanciones que correspondarán a aquellos productores y distribui

dores que no cumplan con lo dispuesto por el Decreto.
to.

En lo referente al Decreto que declara obligatorio el uso de marcas para todos los artículos - de plata labrada, plateados o de alpaca, que se elaboren en la República o que se pongan a la venta -- en ella, solo diremos que el CONSIDERANDO es el mismo del Decreto relativo a la obligatoriedad del uso de marca en los artículos de piel y que en su articulado también existe gran similitud, por lo que no consideramos necesario transcribirlo.

PATENTES

"La palabra patente, viene de "Litterae Patentes", que eran las cartas enviadas por el Soberano "A todos los que la Presente Vieren", y en las - que concedía un título, un empleo, un monopolio. No eran selladas, sino abiertas, y por eso se llamaron -

patentes. Por contraposición, las "Litterae Clausae" se enviaban a determinadas personas para tratar -- asuntos privados." (21)

El concepto de patente que hoy nos interesa, se desarrolló cuando se inició el perfeccionamiento -- de los instrumentos, aparatos, sistemas económicos y científicos encaminados al progreso industrial y ar-- tístico.

El artículo tercero de nuestra Ley de la -- Propiedad Industrial señala: "La persona física que -- haya hecho una invención del carácter establecido -- por el artículo cuarto de la misma Ley, o su causa habiente, tiene el derecho de explotarla en su provecho, por sí o por otros con su permiso, de acuerdo con -- las disposiciones contenidas en esta Ley y su Regla -- mento". Ese derecho se adquiere mediante la obten-

(21) Antonio de Ibarrola, "Cosas y Sucesiones". Pág. 350. Editorial Porrúa, S. A., México, D. F. 1964.

ción de la patente respectiva.

De lo anterior se deduce que no basta la invención en sí, con sus características de novedad y originalidad para que el inventor pueda disfrutar tranquilamente de los productos de su obra, sino que es menester que cumpla con las disposiciones de la Ley, para que se le extienda la Patente respectiva, y así quede perfectamente delimitado al alcance del privilegio a gozar, así como las obligaciones de terceros frente al titular de la invención.

De esta manera, Patente viene a ser el derecho exclusivo de explotación que otorga el Estado a los particulares sobre una invención.

La invención, a su vez, es el resultado de la actividad creadora del hombre, siempre y cuando sea útil, aplicable a la industria, original y novedosa.

La Ley de la Propiedad Industrial, fija - - las invenciones que son patentables, y así en su artículo 4o. dice: "Para los efectos del artículo anterior, se considera invención patentable:

I. - Un nuevo producto industrial, o una nueva composición de materia.

II. - El empleo de medios nuevos para obtener un producto o resultado industrial.

III. - La nueva aplicación de medios conocidos para obtener un producto o resultado industrial. Estas tres formas patentables, se refieren a las patentes de invención.

IV. - Las mejoras a una invención amparada por una patente anterior o que sea del dominio público, siempre que produzcan un resultado industrial (patente de mejoras).

V. - Toda nueva forma de un producto industrial, pieza de maquinaria, herramienta, estatua, -

busto, alto o bajo relieve, que ya por su nueva disposición artística, o bien por la nueva disposición de la materia, forme un producto industrial nuevo u original.

VI. - Todo nuevo dibujo usado con fines de ornamentación industrial en cualquier substancia y dispuesto en ella por impresión, pintura, bordado, tejido, cosido, modelado, fundición, gravado, mosaico, incrustación, decoloramiento u otro medio cualquiera, mecánico, físico o químico, de tal manera que dé a los productores industriales en que los dibujos se usen, un aspecto peculiar y propio: (las formas patentables señaladas en las dos fracciones anteriores, corresponden a las Patentes -- de Modelo o Dibujo Industrial).

A contrario sensu en su artículo sexto, la Ley señala lo que no es patentable, conforme a -

lo siguiente:

I. - El descubrimiento o invención que consiste simplemente en dar a conocer, hacer patente u ostensible algo que ya existía en la naturaleza, - aun cuando anteriormente fuese desconocido para - el hombre.

II. - Los principios teóricos o puramente científicos de carácter especulativo.

III. - Las simples ideas o concepciones que no impliquen una nueva adaptación de carácter industrial como lo requiere el artículo cuarto de esta Ley.

IV. - Todo descubrimiento o invención cuya explotación sea contraria a las leyes prohibitivas, a la seguridad o salubridad pública, a las buenas costumbres o a la moral.

V. - Los productos químicos; pero si los podrán ser los nuevos procedimientos industriales pa-

ra obtenerlos, o sus nuevas aplicaciones de caracter industrial.

VI. - Los sistemas y planes comerciales, contables o financieros, y los de simple publicidad.

VII. - La aplicación o el empleo, en una industria, de una invención ya conocida o utilizada en otra industria, y los procedimientos que consistan simplemente en el empleo o uso de un dispositivo, máquina o aparato que funcionen según principios ya conocidos -- con anterioridad, aún cuando dicho empleo sea nuevo.

VIII. - La yuxtaposición de invenciones conocidas, su variación en forma, de dimensiones o de materias, salvo que en realidad se trate de la combinación o fusión de esas invenciones, en tal forma que no puedan funcionar separadamente, o que las calidades o las funciones características de las mismas -- sean modificadas de manera que se obtenga un resultado industrial novedoso.

Las formalidades prescritas por la ley para la obtención de una patente son necesarias para proteger en toda su amplitud al inventor y proporcionarle de la misma manera, las acciones necesarias para perseguir ante los tribunales a los usurpadores de sus derechos.

Ahora bien, consideramos necesario resaltar el hecho de que si bien es cierto que el derecho de patente surgió como un derecho protector de los inventores de su actividad creadora, la economía moderna y el Derecho Mercantil reconocen y conceden una importancia preponderante a la patente como necesaria para el progreso tecnológico y como un intangible determinante de las empresas.

NULIDAD DE LAS PATENTES

La concesión de una patente no garantiza -

en forma absoluta y definitiva a su titular la vigencia de la misma por todo el tiempo para que fue concedida, ya que no pudiendo prever las circunstancias que pudieran presentarse después del otorgamiento de las patentes, se han establecido las causas por las cuales estas pueden ser nulificadas. Así pues, la patente se considera válida en tanto no se pruebe que existen razones legales para declarar su nulidad.

El artículo 93 de la Ley de la Propiedad Industrial, señala los casos en que procede declarar la nulidad de patente.

Así, señala que las patentes serán nulas:

I. "Cuando amparen algo que no esté comprendido dentro de lo que el artículo 4o. de esta ley señala limitativamente como patentable".

II. - Cuando se hayan expedido en contraven
ción a lo dispuesto en el artículo 6o. de este ordena
miento;

III. - Cuando la invención que amparen no -
tenga novedad, de acuerdo con lo que establece el-
artículo 12, pero si se practicase el examen extra -
ordinario de novedad absoluta, previsto por el ar -
tículo 75, y su resultado fuera en el sentido de de--
clarar nueva invención, la nulidad fundada en la fal
ta de novedad por error, inadvertencia o carencia-
de datos, solo podrá ser declarada en el caso de que
se advierta la expresada falta de novedad, dentro -
de los cinco años siguientes a la fecha en que se --
hubiese publicado en la "Gaceta de la Propiedad In
dustrial", el resultado del primer examen en que se
haya declarado novedosa la invención que amparen;

IV. - Cuando por error, inadvertencia u - -
otro motivo semejante, se hubiesen expedido para -
amparar dos o mas invenciones que, conforme al-

artículo 18, deben ser objeto de patentes independientes.

En el capítulo segundo, bajo el rubro de Solicitud y Expedición de Patentes, en su articulado-- comprendido del 14 al 37, la Ley señala el procedimiento para solicitar y adquirir las patentes.

Los Títulos que amparan las patentes se expiden en nombre del Presidente de la República y van firmadas por el Secretario de Industria y Comercio, o por el funcionario en quien delegue esta facultad, que normalmente será el Director de la Propiedad Industrial.

En los títulos se hará constar:

1. - El número y clase de patente;
2. - El nombre de la persona o personas a quienes se conceda;
3. - El nombre del inventor o inventores;
4. - El plazo de vigencia;

5.- La invención a que corresponden.

6.- La fecha legal de la patente, la de prioridad en su caso, y la expedición del título. (Art. 35, Ley de la Propiedad Industrial).

El título de la patente con un ejemplar de la descripción y dibujos, si los hubiere, constituirá el documento que acredite los derechos del concedido nario.

Los plazos de vigencia de las patentes, se contarán desde el día y hora de la presentación de la solicitud ante la Secretaría de Industria y Comercio, salvo los casos previstos por la ley.

El plazo de vigencia de las Patentes de Invención y de Mejoras no excederá de 15 años y no será prorrogable. Este plazo se reducirá a 12 cuando la invención no se hubiere explotado industrial-

mente durante ese tiempo en el territorio nacional, salvo que se compruebe ante la Secretaría de Industria y Comercio la imposibilidad material absoluta de haberla realizado.

Las patentes por modelo de dibujo industrial tendrán una vigencia de diez años que se reducirán a siete. Cae en el caso señalado anteriormente en las Patentes de Invención y de Mejoras.

La solicitud, la expedición y la vigencia de las patentes y los procedimientos administrativos que en ellos se relacionen, estarán sujetos al pago de los derechos exigibles de antemano, que el Ejecutivo Federal señale en la tarifa respectiva. El pago se hará en la forma que éste prevenga.

El artículo 45, señala: " La falta de pago oportuno de cualquiera de las anualidades de vigen

cia de una patente, no afectará la validez de ésta, siempre que dicho pago se verifique antes del día-
lo. de julio del año siguiente al del vencimiento, pe
ro el retardo hará incurrir en los recargos que se
ñale la tarifa. Transcurrido el plazo de gracia --
que este artículo concede, sin que se efectúe el -
pago, caducará la patente y la invención pasará al
dominio público".

Es obvia la falta de precisión y claridad -
del artículo antes transcrito, además es evidente -
la injusticia de la fórmula que establece, pues se
da el caso en que algunos gozarán de 18 meses de-
gracia para hacer el pago en tanto que otros, dispon
drán de solo seis meses, según la fecha de venci- -
miento. Así, por ejemplo, si la fecha de vencimien
to para realizar el pago es el 30 de diciembre de --
1970, este deberá realizarse solo hasta el día último

de julio de 1971, o sea que se contará únicamente con 6 meses de gracia, en cambio si el vencimiento es el día 2 de enero de 1970 se podrá realizar el pago sin problemas hasta el día último de julio de 1971, o sea que se contará con 18 meses de gracia.

El artículo 39 de la Ley de Propiedad Industrial prescribe: "Cuando se solicite una patente en México después de haber sido solicitada ya en una o varias naciones extranjeras, la fecha de presentación se retrotraerá a la de presentación en la nación en que lo haya sido primero, con tal que la solicitud se presente en México dentro de los plazos a que determinen las convenciones internacionales que sean aplicables; y si no las hubiere, dentro del año de haber sido solicitada la patente en el país de origen, si es de las designadas como Patentes de Invención o de Mejoras, o dentro de los 6 meses-

si es de las designadas como Patentes de Modelo o Dibujo Industrial. Será requisito indispensable, además para conceder ese derecho de prioridad, que se satisfagan las condiciones siguientes:

I. - Que al solicitar la patente en México, se haga constar el país de origen y la fecha de presentación de la solicitud a base de la cual se reclama este derecho.

II. - Que la patente concedida en México, no confiera mayores derechos que la patente extranjera original.

III. - Que dentro de los 90 días siguientes al de presentación de la solicitud, se llenen los demás requisitos que señala esta Ley, su reglamento, y -- las Convenciones Internacionales relativas.

IV. - Que haya reciprocidad de esta prerrogativa en el país de que se quiera hacer valer la fecha

de presentación.

En los casos a que se refiere el anterior artículo, y sin perjuicio de las disposiciones relativas a la prioridad, para el sólo efecto del cómputo del plazo de vigencia de estas patentes, se contará dicho plazo a partir de la fecha de presentación de la solicitud en México.

No abundamos en comentarios sobre la disposición antes citada, ya que se limita a reconocer los principios consagrados en la Convención de Unión de París sobre la propiedad industrial, que comentaremos en el capítulo III de este trabajo.

EL NOMBRE COMERCIAL

En términos generales, el nombre de comercio constituye un medio de identificación para el

comerciante, su negociación, para diferenciar la actividad comercial de una persona de la de otra. También constituye la representación objetiva frente al público, de aquel conjunto de elementos que forman parte de una empresa determinada, tales como la eficiencia, la honradez, la reputación, la confianza y, principalmente, la clientela que constituye el elemento básico de toda negociación, aunque de hecho esta no puede medirse, ni pesarse, pero que tiene un valor económico que puede venderse y comprarse. Esta forma de identificación la constituyen a no dudar; el nombre comercial, la marca o el emblema.

Resulta pues, el nombre de comercio un bien inmaterial cuyo valor reside en el mayor o menor patrocinio de la clientela.

El artículo 214 de nuestra Ley de la Propiedad Industrial Vigente, señala: "Es propiedad de to-

da persona física o jurídica, productora o comerciante, su nombre comercial y, en consecuencia, su derecho de uso exclusivo del mismo se protegerá -- sin obligación de depósito o registro en la extensión del campo de la clientela efectiva".

Uno de los objetivos de la protección del nombre comercial deriva de la honradez que debe privar en los usos comerciales, es una forma de protección contra la competencia ilícita.

El nombre comercial, puede constituirlo - la razón social de los comerciantes, el nombre propio de éstos y el nombre de sus establecimientos. Otra razón del porqué de la tutela legal del nombre comercial, es que éste constituye un factor impor-tantísimo en el aspecto comercial moderno, y representa la prosperidad de un negocio y cualquier usur

pación en este sentido podría llevar al fracaso a una empresa floreciente con las consecuencias negativas correspondientes para la colectividad. Además de la protección que las comunidades merecen, evitando que caigan en error, merced a maniobras fraudulentas de comerciantes inescrupulosos.

Gracias a la tutela del nombre de comercio se protege la capacidad, la honestidad, la calidad de los productos que fabrica, su sistema de ventas que permite precios razonables y en fin todo lo que constituye un negocio y primordialmente la clientela, evitando que ésta sea desviada de un comerciante honesto hacia un usurpador, hacia un competidor desleal e ilícito.

Resulta pues, en síntesis, la tutela del nombre comercial, la acción persecutoria civil y penal-

en contra de sus usurpadores aplicándoles las san
ciones determinadas por la Ley para hacerles ce-
sar en su actitud y exigirles el pago de daños y per-
juicios.

EL AVISO COMERCIAL

El artículo 209 de la Ley de la Propiedad-
Industrial, regula el derecho de exclusividad que co
rresponde a quien crea y usa para anunciar al públi-
co avisos que tengan notoria originalidad, así como
impedir que otras personas hagan uso de avisos --
iguales o semejantes al grado de que se pueda llevar
a confusión al público consumidor. Esta Ley en sus-
artículos del 210 al 213, fija los plazos de vigencia
del aviso comercial, así como los requisitos para-
obtener su registro.

La propiedad sobre los avisos comerciales,

se regula desde la Ley de Marcas de 1913. El Aviso comercial, viene a ser un signo o anuncio publiciario, y por tanto tiene la finalidad de atraer la atención del público consumidor hacia un producto - o un establecimiento determinado, merced al ingenio y originalidad del creador del mismo.

Los Avisos Comerciales, para que sean táles, han de estar referidos a determinado producto o a determinado establecimiento con los que ha de unirlos una directa e inmediata relación.

El motivo primordial del aviso comercial, es ser un vehículo publicitario por tanto, una frase o una figura determinada que no lleven esta finalidad, no será aviso comercial.

Es importante hacer notar que el aviso comercial constituye un factor de gran importancia

como intangible en el patrimonio de la empresa.

Con objeto de dar una idea mas amplia de lo que constituye el aviso comercial, transcribiremos el Título Cuarto de la Ley de la Propiedad Industrial, en el que regula todo lo relativo al Aviso Comercial.

Art.209.- Toda persona que para anunciar al público un comercio, una negociación o determinados productos, haga uso de avisos que tengan señalada originalidad que los distinga fácilmente de los de sus especies, puede adquirir el derecho exclusivo de seguirlos usando y de impedir que otras personas hagan uso de avisos iguales o semejantes al grado de que se confundan en su conjunto. Esta clase de registro se registrá, en lo que sea aplicable y no haya disposición especial, por las reglas establecidas con

relación a las marcas.

Art. 210.- Los efectos del registro de un aviso comercial durarán diez años. Al terminar el plazo caerá de pleno derecho bajo el dominio público, y en consecuencia, no podrá volver a ser registrado como aviso.

Art. 211.- Para obtener el registro de un aviso comercial se presentará a la Secretaría de la Economía Nacional una solicitud escrita, por duplicado, incluyendo los datos y satisfaciendo los requisitos de forma que prevenga el reglamento de esta Ley, así como los derechos fiscales que establezca la tarifa.

Art. 212.- Cuando un Aviso Comercial tenga por objeto anunciar productos, deberán éstos especificarse en la solicitud de registro, y no -

podrán comprenderse en un mismo registro artículos que pertenezcan a dos o más clases según la clasificación que establezca el reglamento.

Art. 213. - Si el Aviso Comercial tiene por objeto anunciar algún establecimiento o institución, sean estos de la naturaleza que fueren, se considerará comprendido en una clase especial, complementaria de la clasificación que establezca el reglamento, y el registro no amparará en estos artículos o productos, aun cuando con ellos esté relacionado dicho establecimiento, sino simplemente a éste.

Como puede observarse, la Ley de la Propiedad Industrial vigente, sigue refiriéndose a la Secretaría de Industria y Comercio, como Secretaría de la Economía Nacional.

DENOMINACIONES GEOGRAFICAS

"Por denominaciones geográficas, se entiende el nombre de las partes del mundo tradicionalmente conocidas como continente; puede también referirse al nombre de países, regiones, estados, ciudades y localidades, así como el nombre de ríos, montañas y demás accidentes en que se divide y -- clasifica la superficie terrestre" (22)

El artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial, en sus 15 fracciones señala todo aquello que no será admitido a registro como marca, y referido al punto que en concreto estamos abordando, en su fracción XII, señala textualmente:

Art. 105. -" No se admitirán a registro como marca":

Fracción XII. -"Las denominaciones geográficas propias o vulgares y los nombres o adjetivos - cuando indiquen simplemente la procedencia de los - productos, o puedan originar cualquier confusión o - error en cuanto a la procedencia de los productos - que pretendan ampararse . Se exceptúan los nom- - bres de lugares de propiedad particular , cuando - - sean especiales e inconfundibles y se tenga el con- sentimiento del propietario".

De lo antes transcrito , se desprende que - nuestra legislación no admite como marca ni prote- ge las denominaciones de origen,

DENOMINACIONES DE ORIGEN

La Denominación de Origen, es mas exac- tamente , el señalamiento de una designación geográ

fica notoriamente conocida como el lugar de producción de mercancías. No debe confundirse lo establecido por la fracción XII señalada, con la obligación marcaria referente al domicilio de la empresa que fabrica el producto, pues aquella se refiere a los nombres geográficos y regionales que sean reconocidos como centros de alguna manufactura o como fuente de producción de alguna mercancía y los cuales deben su renombre nacional o internacional a ese motivo. Son nombre que evocan en especial el centro de producción de la mercancía, tal como suceden en el caso de Escocia referida al Whisky.

Lo que determina la incapacidad del nombre geográfico para servir como signo marcario, es ese indisoluble nexo de origen que existe entre el producto y el nombre geográfico; relación de origen resultante de que la mercancía marcada necesaria-

mente se produzca en la localidad, o de que sea de típica fabricación regional, o de la materia empleada, o del modo de elaboración, etc.

Si la mercancía se fabrica con substancias naturales producidas en la localidad cuyo nombre quiere adoptarse, o de acuerdo con una técnica que sea característica de la misma, es evidente que ello no será posible, porque el nombre de la localidad en tal supuesto, para indicar indirectamente la composición o el modo de fabricación del producto, teniendo por lo tanto el valor de una indicación descriptiva del mismo. Se comprende que tal indicación no puede ser monopolizada por un empresario atrayendo y concentrando la atención de la clientela únicamente sobre su producto mediante aquel nombre que es del patrimonio común porque su nombre se debe a la estructura geológica del terreno o de su-

clima, o incluso es fruto de la actividad de todos.

Un nombre geográfico que tenga dicha característica, también pertenece a los demás fabricantes, productores y comerciantes domiciliados en la localidad que designa porque todos ellos tienen el derecho de dar a conocer el lugar de ubicación de su establecimiento. En esta virtud, otorgar la exclusividad del empleo de dicho nombre como marca a un solo industrial o comerciante, sería lo mismo que fincar en su favor una situación de injustificado privilegio, en perjuicio tanto de los demás competidores de la zona industrial respectiva, como de la industria y del comercio de la propia región. Producirían daños a la colectividad al perturbar el libre desenvolvimiento de la actividad económica propia de la zona.

Una razón en verdad poderosa, al estable--

cer esa prohibición en la fracción XII de la Ley de la Propiedad Industrial, es evitar el fraude al consumidor al induírsele a error en cuanto a la proce-
dencia de ciertos productos a que la marca se re--
fiere; cuando en realidad la calidad de los mismos -
no corresponden al de aquellos que sí se fabrican en
el centro productor que les dá prestigio.

EXCEPCIONES A LA FRACCION XII DEL ARTICULO 105 DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Si el nombre no indica la procedencia de los
productos ni origina confusión o error, porque el sim-
ple enunciado de la palabra nada sugiere en el tráfi-
co mercantil usual, si ninguna costumbre comercial-
ha vinculado el nombre a las mercancías que distin--
gue o se trata de amparar para que por si solo conno-
te una determinada categoría de objetos, si el comer-
cio no ha establecido una relación de origen entre la-

palabra geográfica y la mercancía, porque en ese lugar no se producen esos artículos en calidad y cantidad bastante para tener renombre en el mercado nacional y mundial, si su fabricación no es privativa del lugar geográfico ni este es conocido por esa especialidad, entonces, no hay motivo para estimar comprendida la marca en la prohibición de la fracción XII del artículo 105.

Así pues, podemos concluir que por denominaciones de origen se entiende la denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores -- humanos.

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 esté - sita la región o localidad cuyo nombre constituye -- la denominación de origen que ha deparado al producto su notoriedad.

CAPITULO TERCERO

I. - LEGISLACION INTERNACIONAL . - a). - Primeros Convenios celebrados por México para la protección internacional de la Propiedad Industrial; b). - Convención de Unión de París del veinte de marzo de 1883; c). - El Arreglo de Madrid de 14 de abril de 1891, referente al registro internacional de marcas de fábrica y de comercio; d). - Denuncia del Arreglo de Madrid por México; e). - El Arreglo de Lisboa y la protección internacional a las Denominaciones de Origen; f). - Convenciones Panamericanas.

II. - NECESIDADES ECONOMICAS NACIONALES.

III. - INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR.

I. - LEGISLACION INTERNACIONAL

La importancia de la protección internacional de la marca y de la Propiedad Industrial en general, resalta cuando un producto determinado, mer

ced a su calidad, y a sus características especiales, salta las fronteras de su país de origen y va a dar constancia de sus bondades a otras naciones. Esto trae consigo una serie de problemas de índole legal, ya que las normas reguladoras del registro con todas sus modalidades inherentes, generalmente difieren de un país a otro. De esto, ha surgido la necesidad de tratar de unificar las legislaciones de los distintos países.

PRIMEROS CONVENIOS CELEBRADOS POR MEXICO PARA LA PROTECCION INTERNACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

México, antes de adherirse a la Convención de Unión de París, no había celebrado, sino tratados bilaterales para regular la protección sobre la Propiedad Industrial, tales como los que a continuación se citan:

DECLARACION DE 7 DE JUNIO DE 1895, ENTRE-BELGICA Y MEXICO PARA LA PROTECCION RECIPROCA DE MARCAS DE FABRICA Y DE CO-MERCIO. (22)

Tenía como objetivo principal garantizar a los nacionales de ambos países en las mismas condiciones la protección de todo lo relativo a las marcas de fábrica y de Comercio, siempre y cuando estos cumplieran las disposiciones legales respecti--vas de ambos países.

TRATADO DE 16 DE AGOSTO DE 1893, ENTRE ME-XICO Y EL IMPERIO ALEMAN, PARA LA PROTEC-CION DE LAS MARCAS DE FABRICA. (23).

Determina la protección recíproca de las -marcas de fábrica, a los industriales residentes --en ambos países, sin necesidad de poner estableci-miento, expendio o agencia para la venta de sus pro

(22) Tratados y Convenciones vigentes. Secretaría - de Relaciones Exteriores, tipográfica artística, México, 1909. Págs. 30 y 31.

(23) Tratados y Convenciones Vigentes. Págs. 109 y 110.

ductos en el otro país, y con la única restricción, de cumplir con los demás requisitos establecidos por el otro país.

CONVENCION DE 10 DE ABRIL DE 1899 ENTRE-MEXICO Y FRANCIA SOBRE PROPIEDAD INDUSTRIAL. (24)

Establecía que para garantizar la protección de las marcas, los contratantes de uno y otro país, no necesitaba fijar su residencia o representación comercial en el país del cual solicitaba protección, pero si deberían llenar las condiciones y cumplir con las formalidades fijadas en las leyes y reglamentos de ese país.

También señalaba que las marcas deberían haber sido adquiridas legítimamente en su país de origen, para poder gozar de la protección contratada.

CONVENCION DE UNION DE PARIS DE 20 DE MARZO DE 1883. (25)

El Tratado colectivo denominado Convención de Unión de París, del 20 de marzo de 1883 para la protección industrial, tuvo sus antecedentes en el -- Congreso de Viena de 1873 y en la reiteración del -- mismo en el Congreso de París de 1878 y consta de 19 artículos, y también forma parte de la misma el Protocolo de Clausura de igual fecha, constando de siete párrafos las convenciones estipuladas. La prmera revisión de la Convención y el Protocolo fueron hechos en Bruselas el 14 de diciembre de 1900.

La adhesión de México a esta Convención, no fue sino hasta el 10 de junio de 1903 a través de su representante diplomático acreditado en la capital de Bélgica, y el siete de diciembre del mismo año,-

(25) Diario Oficial de 30 de abril de 1930.

el Senado por Decreto, ratificó la adhesión del Ejecutivo a la Convención y demás instrumentos mencionados, por Decreto de 11 de diciembre de 1903.

Las siguientes Revisiones de la Convención fueron el dos de junio de 1911 en Washington y el 6 de noviembre de 1925 en La Haya. El 19 de noviembre de 1928 fue aprobada por la Cámara de Senadores de México y el 22 de marzo de 1929 fue ratificada por el Ejecutivo, siendo finalmente promulgada el 14 de marzo de 1930.(26) La siguiente Revisión se llevó a cabo en el Congreso de Londres realizado en 1934 habiendosele hecho algunas reformas aún vigentes. La Revisión fue firmada el dos de junio del mismo año. La Cámara de Senadores del Congreso de la Unión, aprobó la Reforma por Decreto de 24 de diciembre de 1954.(27) Fue ratificada por el Poder Ejecutivo de los Estados Uni--

(26) Diario Oficial de 30 de abril de 1930.

(27) Diario Oficial de 28 de febrero de 1955.

dos Mexicanos , el 14 de abril de 1955, habiéndose -
depositado el Instrumento de Ratificación ante el De-
partamento Político de la Confederación Helvética, el
4 de mayo de 1955. (28)

ARREGLO DE MADRID (29)

Con el objeto de cubrir el aspecto de las --
marcas de fábrica, relativo a su registro internacion
nal, la Convención se completó con el Arreglo de --
Madrid de 14 de abril de 1891. México se adhirió a
este Arreglo el 26 de julio de 1909, siendo revisado
el texto del mismo en la Haya en 1925 y publicado en
1930.

DENUNCIA DEL ARREGLO DE MADRID POR MEXICO (30)

En nota fechada el 10 de marzo de 1942, di-
rigida al Consejo Federal Suizo, por Acuerdo Presi-

(28) Diario Oficial de 18 de julio de 1955.

(29) Diario Oficial de 30 de abril de 1930.

(30) Diario Oficial de 6 de abril de 1943.

dencial, la Secretaría de Relaciones Exteriores, -
denunció el mencionado Arreglo de Madrid.

El Gobierno de la Confederación Helvética, comunicó la denuncia a todos los países miembros del Arreglo por nota circular de 13 de agosto de - 1942, manifestándoles que de acuerdo al artículo 17 bis de la Convención de Unión de París, el Arreglo denunciado seguiría vigente en México hasta la expiración del plazo de un año a partir de la fecha de - haber sido realizada la Denuncia. También se hacía notar que las marcas inscritas en la Oficina Internacional de Berna, hasta la fecha en que la Denuncia surtiera sus efectos, continuaría siendo protegidas en México, hasta el fin del período reglamentario o sea 20 años de acuerdo con el artículo sexto del - Arreglo, salvo negativa formal de protección o invalidación que se dicte en los casos especiales en - -

que proceda legalmente.

LEGISLACION INTERNACIONAL VIGENTE

La última Revisión de la Convención de --
Unión de París de 20 de marzo de 1883, llevada a --
cabo en Lisboa el 31 de octubre de 1958, fue aproba --
da por Decreto de 31 de diciembre de 1962 y pro --
mulgada por Decreto de 11 de julio de 1964, y per --
manece vigente hasta la fecha.

EL ARREGLO DE LISBOA RELATIVO A LA PRO -- TECCION DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y SU REGISTRO INTERNACIONAL.

El 31 de octubre de 1958, se llevó a cabo --
el Arreglo de Lisboa, relativo a la protección de las
denominaciones de origen y su registro internacional,
habiéndose constituido los países signatarios , en --
estado de unión particular, dentro de la Unión de Pa --
rís. Los países que integran este Arreglo, son: Cu --

ba, España, Francia, la República Popular de Hungría, Israel, Italia, Portugal, la República Popular Rumana y la República Checoslovaca, los cuales, en los catorce artículos de que consta el Arreglo, se comprometen a proteger de manera tan uniforme y eficaz como sea posible, las denominaciones de origen.

II. - NECESIDADES ECONOMICAS NACIONALES.

México es un país de casi dos millones de kilómetros cuadrados, ocupa el quinto lugar en extensión entre los países de América, resulta muy grande en relación con la mayoría de países Europeos y resulta pequeño en relación a los países Asia ticos. Pero, no obstante lo anterior, es necesario admitir que la riqueza económica de un país, no es tá necesariamente en función de su extensión terri -

torial, ya que a esta debe in aunada la densidad - de población, los recursos agrícolas y mineros, - así como el desarrollo industrial, para el máximo- aprovechamiento de esos recursos.

El suelo de México en su relieve es montafioso, pero cuenta también con grandes extensiones de terreno plano, el cual, al través de los últimos años y merced a las importantes obras de riego - realizadas para el aprovechamiento mayor de las - aguas, se ha convertido en un verdadero potencial- económico.

Las fronteras naturales de México, los lititorales del Atlántico y el Pacífico, por su extensión hacen posible una amplia comunicación, aunque im- plica la dificultad de proteger nuestras considera-- bles riquezas pesqueras. La falta de buenos puer--

tos, la existencia de escasos núcleos de población en las costas y sobre todo la falta de un Vigoroso-Comercio Exterior determina una falta de aprovechamiento de esta situación privilegiada de México.

La política comercial forma parte de la política económica del gobierno y por tanto debe estar acorde con el objetivo primordial de esta, es decir, debe tener en cuenta el rápido desarrollo económico. Es necesario que el gobierno mantenga en materia comercial, los siguientes objetivos:

I. - Aumentar y diversificar nuestras exportaciones, a fin de lograr, además de mejores entradas de divisas con el fin de vigorizar nuestra capacidad adquisitiva en el exterior, aumentar al máximo posible el número de productos de exportación, en especial en los que se incluye el máximo de materia prima y mano de obra mexicanas.

II. - Diversificar y seleccionar rigurosamente las importaciones para fines de protección y fomento industrial, así como para obtener el mas eficiente y racional aprovechamiento de las divisas -- disponibles.

III. - Diversificar mercados, para asegurar una mayor protección frente a políticas comerciales discriminatorias, en previsión de que disminuyan nuestras exportaciones hacia determinados países.

IV. - Buscar el máximo aprovechamiento de los equipos industriales establecidos en el país, y que hasta la fecha no han rendido el provecho -- que es de esperar de ellos, y promover nuevas -- actividades agrícolas e industriales, tanto para -- solventar las necesidades nacionales, como para -- incrementar el comercio de exportación.

La política comercial incluye la cooperación con los otros países, procurando armonizar los intereses de productores y consumidores. El país necesita, al igual que otros países productores de materias básicas, buscar el mejoramiento sostenido en las condiciones de los mercados respectivos; este objetivo requiere la cooperación internacional.

En razón de lo anteriormente expuesto, con sideramos necesario, que la política comercial del gobierno de México, se encause hacia la búsqueda de un mercado internacional para nuestros productos, mayor y en mejores condiciones que las que has ta ahora se han logrado, así como a la celebración de Convenios con el mayor número de países posible, para efectos de la protección de la Propiedad Indus trial y evitar en lo posible la competencia desleal, -

ya que es innegable, que día con día el nombre de México, a través de sus productos, se hace sonar más fuerte, aún en los países mas alejados.

Es necesario hacer notar que para que - - México pueda esperar y aún exigir el respeto de los convenios celebrados con otros países, antes que nada debe mantener incólumes los principios que rigen esos Convenios, y si hemos de analizar la -- situación con la debida honradez, hemos de admitir que nuestro país, ha faltado al cumplimiento de - los compromisos contraídos a través de diversos convenios celebrados con algunos países.

Para corroborar lo antes señalado, citaremos brevemente algunos de estos casos:

La Palmolive Co., organizada conforme a las leyes del Estado de Delaware, E. U., registró-

en México la marca de su jabón. A pesar de ello, se empezó a fabricar en México un producto similar con la misma envoltura externa, solo que usando el nombre de "Palmayolivo". La Palmolive se querrelló contra los fabricantes por el delito de imitación de marca comercial, y en el incidente civil, los demandó por daños y perjuicios. A esta acción opusieron los demandados la excepción de falta de personalidad de la compañía, por ser extranjera y no haber inscrito en el registro sus documentos constitutivos.

El Juez de Distrito ante quien se opuso la excepción, declaró que esta no era procedente, "porque el registro se exige por el Código de Comercio no para dar existencia a las sociedades extranjeras, pues estas dependen de las leyes de su país, sino para que ejerzan el comercio en México y el hecho de registrar una marca y defender los de --

rechos que de ella emanan, no es un acto mercantil". En apelación interpuesta por los imitadores, el Tribunal del Primer Circuito revocó la resolución apelada y declaró procedente la excepción opuesta. La Palmolive pidió amparo ante un Juez de distrito, quien admitió la acción; pero negó el fondo. En la revisión, la Tercera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, revocó la deci
sión declarando que no debía haberse admitido la acción porque la Palmolive, como sociedad extran
jera no registrada, carecía de personalidad.

La parte conducente de la ejecutoria es - como sigue: (Semanario judicial de la Federación, 5a. época, 1929). "Para que una sociedad extran
jera tenga vida jurídica en la República, debe cum
plir con los preceptos que rigen en el país donde se constituyó: sin esos requisitos, no puede decir-

rechos que de ella emanan, no es un acto mercantil". En apelación interpuesta por los imitadores, el Tribunal del Primer Circuito revocó la resolución apelada y declaró procedente la excepción opuesta. La Palmolive pidió amparo ante un Juez de distrito, quien admitió la acción; pero negó el fondo. En la revisión, la Tercera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, revocó la decisión declarando que no debía haberse admitido la acción porque la Palmolive, como sociedad extranjera no registrada, carecía de personalidad.

La parte conducente de la ejecutoria es - como sigue: (Semanao judicial de la Federación, 5a. época, 1929). "Para que una sociedad extranjera tenga vida jurídica en la República, debe cumplir con los preceptos que rigen en el país donde se constituyó: sin esos requisitos, no puede decir-

se propiamente que la sociedad extranjera sea sujeto de derechos y obligaciones en México. La inscripción en el Registro no es potestativa, sino obligatoria conforme al artículo 19, ya que es la única prueba de su existencia y de su status civil. Cuando se trata de sociedades extranjeras, estas no pueden establecerse conforme al artículo 24 del Código, sino cumpliendo con cada uno de los requisitos que fija dicho precepto. Es decir, para que se le reconozca personalidad, para que se establezcan en México las sociedades extranjeras, para que existan con -- ese carácter, necesitan previamente ejecutar diversos actos que la ley exige como una verdadera garantía para la seguridad dinámica que llama Demogue. El hecho de que conforme al artículo 15 del Código, para ejercer el comercio, las sociedades legalmente constituidas en el extranjero que se establezcan o tengan una agencia o sucursal dentro de la-

República, están obligadas a sujetarse a dicho Código en lo concerniente a la creación de sus establecimientos dentro de territorio nacional, a sus operaciones mercantiles y a la jurisdicción de nuestros Tribunales, no significa que solamente la inscripción se exija para ese único fin, pues el artículo 24 tiene el carácter de un precepto general con cuyas prescripciones deben cumplir previamente una sociedad extranjera para ser reconocida en México y poder realizar cualquier acto jurídico. El artículo 15 lo único que hace es determinar el derecho y las condiciones de ejercicio que tiene una sociedad extranjera para comerciar en el país una vez que se le ha reconocido existencia mediante el registro conforme al 24... Como la sociedad actora, Palmolive Co., no demostró en el juicio haber cumplido con las leyes de la República registrando los documentos del artículo 24, es de concluirse que al no tener existencia

cia en México, no podía comparecer ante los Tribunales deduciendo acción alguna".

De la lectura de lo anterior, podemos darnos cuenta de inmediato, sin necesidad de un análisis mas o menos concienzudo, que la sentencia citada, está bastante alejada de los principios de -- equidad y de estricta lógica jurídica, ya que resulta absurdo pensar que se exigiera un largo y costoso trámite de registro a una sociedad, solo para poder acudir a los tribunales a reclamar lo que era suyo.

También podemos observar en la anterior sentencia la violación a la Convención de Unión de París de la que tanto México y Estados Unidos formaban parte ya en esa época.

Citaremos a continuación otra violación cometida por nuestro Gobierno, ahora en contra del -

convenio celebrado con Francia y que fue publicado en el Diario Oficial de 16 de julio de 1954 y que a la letra dice en su artículo octavo, que es el que nos interesa para efectos del tema abordado:

ARTICULO OCTAVO. - "Cada una de las altas partes contratantes se compromete particularmente, a tomar todas las medidas necesarias para evitar que en su territorio se empleen de manera abusiva los nombres o marcas geográficas de origen de la otra parte, a condición de que tales nombres o marcas sean debidamente protegidas por ella y hayan sido notificadas por la misma. Esta notificación deberá precisar principalmente los documentos emitidos por la autoridad competente del país de origen en la que se indique el derecho a tales nombres o marcas de origen. Ninguno de los nombres o marcas de origen, podrá considerarse-

con un carácter genérico"

Ahora para apreciar las violaciones come
tidas en contra de lo establecido por el artículo an-
tes citado, transcribiremos el artículo octavo del --
Capítulo II del Reglamento de Vinos y Aguardientes-
de Uva:

Capítulo II. - De los Productos Considera--
dos como Vinos o Aguardientes de Uva.

Artículo Octavo. - "Para los efectos de es-
te reglamento, se entiende por aguardientes deriva
dos de la uva, los productos obtenidos por destila-
ción de: vino de uva fresca; vino de uva pasa; oru--
jos de uva fresca, previamente sometidos a fermen
tación alcohólica, así como a las mezcalas que con-
tengan un mínimo de 50% de aguardiente de uva fres
ca. Los productos anteriormente citados deberan - -

denominarse de acuerdo con la siguiente clasificación:

a) Aguardiente de uva, destilado de uva, - COÑAC o brandy, al destilado de vino de uva fresca.

b) Aguardiente de uva pasa, destilado de uva pasa, COÑAC de pasa, o brandy de pasa, al destilado de vino de uva pasa.

c) Aguardiente de orujo, al destilado de los orujos de uva fresca, previamente sometidos a fermentación alcohólica.

d) Tipo brandy o tipo COÑAC, a la mezcla de aguardiente de uva con aguardiente de uva pasa o con destilado alcohólico de cualquier otra naturaleza siempre que por lo menos contenga el 50% de aguardiente de uva".

Como puede observarse, en lo anterior el-

Gobierno no solo no prohíbe el uso de una Denomina
ción de Origen, que se comprometió a proteger por
medio de un tratado de Comercio con Francia, sino
que lo legaliza por medio de un reglamento interno.
Pensaremos que esto no ha sido originado por mala
fé o por un afán proteccionista desmedido hacia sus
nacionales, sino mas bien a la falta de meticolosi-
dad con que son elaboradas en muchas ocasiones - -
ciertas disposiciones legales. Insistimos pues, en-
que México por convenir así a sus intereses en to-
dos los aspectos, debe observar una política de res
peto hacia los países con quienes celebre Convenios
o Tratados, para poder aspirar a una corresponden-
cia de la misma naturaleza, de los demás países.

III. - INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

Con el objeto de dar todo el impulso amplio-

y decidido que es menester para que nuestras relaciones comerciales con el extranjero, rindan los mejores frutos posibles y se lleve a felices logros un intercambio comercial con el resto de los países cada vez mas benéfico para nuestro país, se creó por Decreto de 29 de diciembre de 1970, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, que en 18 artículos fija las bases sobre las que deberá funcionar.

En su artículo primero, determina que el Instituto, es un Organismo Descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, y su finalidad primordial, será la promoción y estímulo del comercio exterior, debiendo para tales efectos fungir como órgano asesor en la materia.

En su artículo segundo, integrado por 52 fracciones, señala las atribuciones que tendrá el

Instituto destacándose en todos ellos, la finalidad principal de fomentar en todos sus aspectos y por todos los medios posibles el comercio exterior.

Relacionado mas estrechamente con el tema que dentro de nuestros modestos alcances hemos venido tratando cabe citar fracción XIII del -- mencionado artículo y que a la letra dice: "Proporcionar a los exportadores la asesoría técnica que requieran, incluyendo orientaciones en materia de diseño industrial, empaque y embalaje, así como -- en el registro de patentes y marcas internacionales".

En la fracción XXIX dice: "Examinar las -- políticas adoptadas por otras naciones que afecten el comercio de México y proponer a las Secretarías y Departamentos de Estado correspondientes las soluciones que se consideren pertinentes". Aun cuan-

do consideramos un gran acierto las dos fracciones anteriores, pensamos que debió atenderse mas - - ampliamente este aspecto, y haberse fijado disposi ciones expresas encaminadas a vigilar que en to-- dos aquellos países con quienes tenemos celebra-- dos convenios para la protección de la propiedad industrial no se violen las disposiciones de los mis mos, vulnerando los intereses nacionales. Pero - - también, vigilar que en nuestro país, no se violen - estos convenios en perjuicio de los países partici-- pantes, o sea, que en el respeto que tengamos hacia los otros países, finquemos el derecho a exigir que también a nosotros se nos respete.

Hemos señalado en líneas anteriores, algunos de los casos en que el Estado Mexicano, ha vio lado en perjuicio de los nacionales de otros países, lo establecido en los Convenios que ha firmado. In -

sistimos en que este punto es de suma importancia porque hoy que México se proyecta cada vez mas-positivamente en el exterior, debe evitarse que se-consumen actos violatorios de tal naturaleza, ya -- que la realización de los mismos, traen consigo -- mas perjuicio que beneficio.

A manera de comentario final, diremos -- acerca de la Ley que crea el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, que es bastante acertada, y -- que sus disposiciones constituyen una brillante pro-mesa para el comercio exterior mexicano y que de la fiel realización de sus postulados, resultaran -- los óptimos frutos que de ella se esperan.

CONCLUSIONES

PRIMERA. - El Derecho de la Propiedad Industrial, viene a formar parte de la Propiedad en general y mas concretamente, constituye una de las formas del Derecho Intelectual mediante el cual se -- protegen las obras del ingenio a través de leyes específicamente reguladoras, como en el caso de los inventos técnicos, las marcas, los avisos y nombres comerciales.

El Derecho de la Propiedad Industrial, se distingue del de la Propiedad Artística y Literaria, en que la actividad creadora del autor, se circunscribe al ámbito económico, ya que su finalidad primordial es lograr la satisfacción de necesidades sociales a través de medios técnicos.

SEGUNDA. - El Derecho Marcario, ya con las tendencias que presenta en nuestros días, no aparece -

en las legislaciones del mundo, sino hasta la segunda mitad del siglo pasado, con lo cual podemos ver que es un derecho relativamente nuevo; en México - sobre todo, ya que es hasta el 28 de noviembre de 1889, con la Ley de Marcas de Fábrica que empieza a legislarse específicamente sobre la materia.

TERCERA. - La legislación sobre el derecho de patente por su parte, se adelanta en varios siglos al derecho sobre la marca, ya que desde principios del siglo XVII en Inglaterra, por medio de un Acta de Parlamento se concedió una Carta Patente que aseguró la explotación de los inventos por un período de catorce años. Resulta un tanto extraño que existiendo tanta similitud en los motivos que originan la protección de las patentes y de los signos marcarios, haya habido tanta diferencia de tiempo en las legislaciones proteccionistas respectivas.

CUARTA.- La Ley de la Propiedad Industrial Vigente, regula todo lo relativo a Patentes, Marcas, Avisos y Nombres Comerciales, Denominaciones Geográficas y de Origen, así como la represión de la Competencia Desleal.

En lo relativo a Patentes, determina expresamente lo que es y lo que no es patentable. Incuestionablemente, este sistema resulta práctico y efectivo, ya que se evita en gran parte la concurrencia de intereses controvertidos que generan necesariamente obstáculos perjudiciales a la industria. En términos generales, hace expeditos los trámites para la obtención de las patentes y reduce acertadamente el plazo de las patentes de invención en concordancia con el avance industrial que permite al inventor obtener una compensación justa a su creación.

QUINTA.- En lo referente a Marcas, la Ley

de la Propiedad Industrial, fija cuales son los dis
tintivos o denominaciones susceptibles de ser re-
gistrados como marcas, así como aquellas que no
pueden ser admitidos como tales por impedirlo ra-
zones de orden público.

Establece en la misma forma, la prohibi
ción del registro como marca de palabras extran-
jeras de lenguas vivas que traten de usarse en pro
ductos elaborados exclusivamente en México. Pen-
samos sin lugar a dudas, que la anterior constituye
una acertada disposición, ya que cumple una de las
finalidades esenciales de los ordenamientos marca-
rios, que es el de evitar el fraude a consumidores,
induciéndoles a error en cuanto a la procedencia -
de los productos, en perjuicio inclusive de la indus
tria nacional.

SEXTA. - La Ley de la Propiedad Industrial

Vigente, prohíbe expresamente el uso de las denominaciones geográficas y de origen como marca y consecuentemente no admite su registro. Encontramos en esta disposición un grave error, ya que debido a esto, nuestras denominaciones de origen no gozan de protección en el extranjero; ya que en la Convención de Unión de París, a la que México se encuentra adherido, se fija como condición para proteger las denominaciones de origen de los países contratantes, que estas sean protegidas en la legislación del país de que proceden.

De lo anterior, resulta, que nosotros nos obligamos a proteger en este aspecto a los países miembros de la Unión y en cambio, no podemos exigir que se respeten las denominaciones de origen que amparan nuestros productos, en razón de no llenar el requisito antes señalado.

Consideramos pues de urgente necesidad, -

se hagan las reformas debidas a nuestra Ley de la Propiedad Industrial, ya que es indudable que México se proyecta cada vez mas positivamente en el extranjero y por tanto resulta indispensable que nuestra legislación se encuentre acorde con esta situación, de tal manera que se garantice al máximo posible a los industriales en sus derechos sobre los productos que exportan y se evite asimismo al máximo la fuga de divisas.

Considerando que en el avance de la tecnología se finca principalmente el progreso del país, insistimos en que es urgente un análisis profundo y concienzudo que sea realizado por quienes resulten mas capaces e idóneos; de tal manera que se hagan las reformas y adiciones necesarias, eliminando asimismo, todo lo que ya resulta obsoleto y anacrónico en nuestra Ley de la Propiedad Industrial

Vigente; que entre otras cosas sigue designando a la Secretaría de Industria y Comercio con el nombre de Secretaría de la Economía Nacional.

BIBLIOGRAFIA

- I. - Carnelutti Francesco. - Usucapion de la -
Propiedad Industrial.
- II. - Rangel Medina David. - Tratado de Dere-
cho Marcario.
- III. - Anderson Lawrence. - El Arte de la Plater
ría en México.
- IV. - Dublan Manuel y Lozano José María. - Le
gislación Mexicana.
- V. - Diario Oficial de 2 de septiembre de 1903.
- VI. - Diario Oficial de 13 de septiembre de 1909.
- VII. - Diario Oficial de 12 de noviembre de 1909.
- VIII. - Diario Oficial de 27 de julio de 1928.
- IX. - Diario Oficial de 4 de octubre de 1952.
- X. - Diario Oficial de 29 de noviembre de 1952 y
Fe de Erratas de 12 de diciembre del mis-
mo año.
- XI. - Ibarrola Antonio de. - Cosas y Sucesiones.

- XII. - **Tratados y Convenciones Vigentes. - Secre**
taría de Relaciones Exteriores, 1909.
- XIII. - **Diario Oficial de 30 de abril de 1930.**
- XIV. - **Diario Oficial de 28 de febrero de 1955.**
- XV. - **Diario Oficial de 18 de julio de 1955.**
- XVI. - **Diario Oficial de 6 de abril de 1943.**
- XVII. - **Semanario Judicial de la Federación. Quin-**
ta Epoca, 1929.
- XVIII. - **Ley, Reglamento y Tarifa de la Propiedad**
Industrial Vigente.

INDICE

CAPITULO PRIMERO

Conceptos Jurídicos Introdutorios	Pág.	2
Antecedentes y Evolución Histórica del Derecho Marcario	Pág.	6
Antecedentes y Evolución Histórica del Derecho de Patente	Pág.	35

CAPITULO SEGUNDO

Legislación Mexicana Vigente de la Propiedad Industrial	Pág.	43
Marcas	Pág.	43
Patentes	Pág.	65
El Nombre Comercial	Pág.	81
Denominaciones Geográficas.....	Pág.	90
Denominaciones de Origen.....	Pág.	91

CAPITULO TERCERO

Legislación Internacional	Pág.	98
Primeros Convenios Celebrados por México para la Protección Internacional de la Propiedad Industrial	Pág.	99

Convención de Unión de París de 20 de marzo de 1883 Pág.102

El Arreglo de Madrid de 14 de abril de 1892, referente al Registro Internacional de Marcas de Fábrica y de Comercio Pág.104

Denuncia del Arreglo de Madrid por México.Pág.104

Legislación Internacional VigentePág.106

El Arreglo de Lisboa y la Protección Internacional a las Denominaciones de OrigenPág.106

Necesidades Económicas Nacionales.....Pág.107

Instituto Mexicano de Comercio Exterior....Pág.121

ConclusionesPág.126