



862

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO**

FACULTAD DE DERECHO

**"PROTECCIÓN ACUMULADA DE LOS SIGNOS
DISTINTIVOS"**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA

GABRIELA SANCHEZ PEREZ

ASESOR: DR. DAVID RANGEL MEDINA

**SEMINARIO DE PATENTES, MARCAS Y DERECHOS
DE AUTOR**



295119

AGOSTO DE 2001.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Beatriz E. Pérez Astorga Jesús Sánchez Martínez Universidad Nacional Autónoma de México Claudia Sánchez Pérez Javier Pérez
 Astorga Lorena González Sánchez Adriana Díaz Castello Tomas Humberto Rubio Pérez Gerardo Mtz. y Fam. Iván N. García Gil
 Lara Roberto Carlos Jiménez Almeida Laura Alejandra Martínez Arroyo Laura García Carrillo Leopoldo Juárez Muñoz René
 Rentería Hugo E. Castro Rojas Israel Gutiérrez Quintanar + Sandra Karina Rubio Pérez + Humberto Pérez Gómez + Maria Astorga
 Salcido Hilda Pérez Astorga Lidia Pérez Astorga Fam. Pérez Álvarez Sergio Pérez Astorga Fam. Astorga Martínez
 Alfonso, Martha, Javier, Perla y Sergio Martínez Calvillo Rocio Martínez Pérez Toño, Hugo y Daniela Jesús Ortega Adriana Cerón
 Alfaro y Belem López Alfaro Gabry Luna Sánchez Laura Patiño Verquiel Lorena Velasco Olmedo Adrianis César Díaz Castello
 Madame Cristiane Leloir Hilda Ma. Teresa Rubio Pérez Mauricio Díaz Pérez Arturo Díaz Pérez Mónica Evangelina Díaz Pérez
 Tomás Sánchez Quintero Ma. Angeles Tiznado Mojica Tomas Rubio Méndez Evangelina Pérez Astorga Elizabeth Vázquez Pinedo y
 Jorge Belfin Gloria Peynador Sánchez Carlos Peynador Sánchez Ramón Peynador Sánchez Mónica Miguel Martínez Arroyo Primaria
 "Babajas del Hierro" Mónica Gómez Villarreal Guatempe Velasco, Aurora Guadalupe Pérez Irma Caral Torres Sofia
 Sánchez Martínez Jesús y Ángel Martínez Sánchez María Isabel Martínez María del Maro Flores Sergio Ángel Escalona
 Lara Silvana Pérez. Ortiz. Silvana Guzmán López Santos Pérez Gómez Susana Gordillo Corchillo Virginia Márquez González Victor
 Campero Jesús Navarro Jesús Sánchez Almeida Alvanto Fam. Zamora González Trilce Onilla Bueno y Sergio Márquez Rabago Yara
 Mendoza Camargo Dr. David Ángel Medina. Dr. Fernando Serrano Mtgallón Mtro Marcial Lazarillo Emilio Dr. Penagos Arrecis
 Lic. Chirinos Palomo José Luis Lta. Rafael Montaña Trueba Mtra. Ma. Teresa Coria Fernández Mtra. Ciria Alqueira Sánchez
 Kristian Bernal Moreno Mtro. Federico Mateos y el Credo Mtro. Eitelvina Mtra. Laura Laura Patiño Pérez Iván Vergara y Anabel
 Gabriel Lugo Garay Erandi Carrasco Souff Mtra. Pilsa Mtra. María Pilsa Mtra. Silvia Esparza Mtra. Araceli Donaji Frias Patiño
 Mtro. Alberto Leonardo Zamora Aguirre María Elías de Pineda Kinca "Abomocaso" Oscar Betancourt Castellanos Ezequiel Flores
 Guzmán José Luis Lagunas Pérez Luis María del Perce Jorge E. Sosa Vargas Mtro. Rodrigo Arturo Serafin Cercero Rafael
 Martínez Miranda Dr. Ruperto Patiño Manfer Lic. Refugio Casillas Vélez Lic. Rosalba Torre Espinosa José Duenas Pliego Jorge
 Toscano Hernández Guadalupe Hernández Julia Escalante Deharo Jorge Arturo Vera Sánchez Jorge Arturo, Ricardo Arroyo
 Mendoza y Jorge León Rossy y Anita de Cómputo Miriam Maya Becerra Noemi Pérez Villegas Gina Arceo Tescahua Laura Patricia
 Pérez Cobreira Fam. Toscano Dolores Almeida Marín Fam. Jiménez Almeida Alma Lilia Sánchez Castro Esperanza Vargas
 Zepoaltecoc Aldo Gómez Castañeda José Ángel Edgar Castro Cornoy y Hermindez Aneta Claudia Morin Montserrat Soci
 Gómez Gavino Osales Zamora y Rubén Rosales Doris Esquivel Oñina Gabriel Nández Guardado Karina Giovana Andrade Pilar
 Pinedo Ramírez Laura Hernández López Liz Toledo Moreno Cortés Patricia Gáratea Ruiz Claudia Urbina Instituto
 Federal Electoral Fam. Martínez Arroyo Vanasa Arredondo Núñez Evelyn Facultad de Derecho Nallely Villegas Altamirano y
 Adriana Almaráz Almarado Héctor Gutiérrez Vázquez, Omar Gámez Guzmán Oscar Román Valdés Perea Rodríguez S. Berlanga
 Enck Aguayo Yañez Raúl Pérez Sánchez + Mtra. Elia Tapia Mtro. José Luis López Cano ENP # 9 "Pedro de Alba" Mtra. Olga
 Harmonie María Beltrán González Lorena Arredondo Rolando de Lassé Carlos Carrillo Francisco Hernández Montoya Fernando,
 Gabriel y Alfredo Saldaña Mercedes Fernanda Gama Rodríguez Mauricio Tinoco Rivera Victor Najera Israel Eleazar Belinda
 Pacheco Castillo Daniel Cuapintzi y Ferrer Sherry Castañeda Escobar Secundario # 183 República Democrática Alemana Ana
 Cecilia Pinedo Alcalá Noemi Pérez Bortus Cesar Herrera Nery Barba Campesano Antonio Peña Arroyo, Edgar Oscar Bam Bam,
 Moisés, Fernando, Juan Carlos, Raúl, Berenice Magadán Millán Lala Gladis, Karina Paola Hernández Nelly, Nelly Quintero
 Loranca y Betty Sergio Herrero Hernández Viviana Zenia Verónica Carmona Patricia Alcántara Letzy y Lisboa Palemón Añorve
 García Rogelio Sánchez Roa Rodrigo Alba Lucero Gabriel Delint Dr. José de Jesús Ledesma Uribe Alejandra Barrios Pérez Betsabé
 Álvarez Márquez Alma Delia Carlos Estrada Quijas Juan Carlos Morales, el gordo Eduardo Vivas Rocha Paola Karma Valdés Belem
 Espinosa Britania Amador Arturo Sagorúa Arjona Alejandra Álvarez Alba Anadís Coleros Ariana Sánchez Galindo Alfredo Raya
 Abogado Voluntario de las y catán las Arjona Carlos Alanís y Zrate Jayos Velasco y Pérez Villegas Jazmin Ma. Isabel
 Hernández Carrillo Nelly Hernández Gómez Nelly Herán Gómez Daniel Torres Martínez Juan de la Torre Gutiérrez Andrea Flores
 Yaraac Patricia Hernández Vázquez Enika Cetil Claudia Montes de Oca Díaz Sabina Vasconcelos Palacios Gretel Gabriela Godínez
 Rodríguez Glenda Gabriela Rosendo + Lic. Armando Herreiras Tellerías + Pedro Astudillo Ursua Herandery Henry Barilar Humberto
 Pérez Álvarez Hugo Hernández Laura Montes López Dr. Isidro Marín López Elizabeth Guerra Chávez Cristian Cavasos Araceli
 Badillo Maldonado Archelia Alejandra Arenas Nava Olaya Nava Nava Patricia Olvera Hurtado Guadalupe Granados Sánchez
 Martha Gaytán Teresa Chicharo Edelmira Meza Gabriela Carranza Guerrero y Valeria García Ibarra Verónica Díaz Pérez Eduardo
 Díaz Pérez Jorge Díaz Pérez Rebeca Díaz Pérez Lic. Virginia Barrueto Salvador Alejandro Verdugo Edgar Bonilla, Rogelio y Sabino
 Selene, Blanca y Perla Valbuena Beny Peña Angélica Campos Centli Alison Galindo Swinn Lupta Martínez y América Luna Amelot
 Gloria O. Bueno Robles Edna Barba y Lara Melina Magda Marcela de la Fuente Ávila Milaissa Martha Paz Balderas Milton,
 Aldo, Domingo Gabriel, Omar, Oscar, Tijerina, Alan Sastegui, Beatriz Adriana, Isabel, Silvia, Domingo, Gómez, Norma Blondu
 Mercedes Olivares Tresgallos Adriana Carmona Landeros Jacqueline Melgoza Pérez Lihana Arellano Lisandro Laura Miranda
 Moisés Martínez Barajas Graciela Barajas Graciela Botello Herrer David Mejía y Oscar Mario Ariza Ledesma Dra. Martha
 Moheno Verdusco Jacobo Cedeno Arcipreste Ariadna Paola Villagón y Pablo González Jorge Carenzo González Víctor Trapote
 López Abraham Daza Gómez Amanecer Memosofía Díaz Víctor Hugo Pineda Miranda Genaro Castro Flores Álvarez Uribe Salas
 Miguel Ángel Granados Atlaco José Antonio Grayson Atala José Antonio Moreno y Ana Agustina M. Pérez Gabriel Uribe
 Merchant Claudia y Marco Antonio Mirafuentes Olim Claudia Patricia Clarita y Mary Granada Hilda Pacheco Nadia Bárbara
 Carreto Martínez Deysy Castillas Sánchez Fedka Daniel Mayén Diana Vega Diana Canela Ortiz Daniel Santos Medina Daniel
 Hernández Ramírez Dra. Martha Mendoza Vanesa Ramírez Barrueta Nallely Ramírez, Anabel Hernández y Martha Figueroa
 Gabriel Berdejo Armando Rijos Piter José Manuel Cadena Zaudí Bobadilla Castillo y Paola Ramírez Elizabeth Cardenas Villa
 Horacio Sánchez Ruiz Clarita, Maru, Karen y Alicia IFE y los que olvidé...

De gente bien nacida es que reciben los beneficios que recibe

Correspondencia a usted:

Éxito al sacrificio
de la fe del Patriarca
Alianza perfecta,
de la inocencia surgida
Incondicional cariño;
consagra el amigo;
Sagradas Escrituras
calmaron mi sed

Y de la ingenuidad
nacen fantasías,
que fragmentan sueños
solo la noche
"sabía"

brinda madurez,
un lapso de perdón y no de olvido;
mi mundo no es el mundo,
acepto mi simpleza
que justicia se hará al engaño,
aquí y ahora,
juro ser justa y libre
no ser cómplice
ni siquiera con mi silencio
de injustos, opulentos y magnates
juro consagrar mi vida
a la Justicia;
Lealtad a mis ancestros
honor a mis costumbres, tradiciones y creencias
preservar la gracia,
de quien viene conmigo,
de quienes aprendí,
aprender de la soledad,
tener pasión a la espera,
que la felicidad se consagra en lo que hay arriba.

ÍNDICE

“PROTECCIÓN ACUMULADA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS”

INTRODUCCIÓN.....	I
-------------------	---

CAPÍTULO PRIMERO CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

1.1. Derecho Intelectual.....	1
1.2. Derecho de Autor.....	1
1.3. Derecho de Propiedad Industrial.....	2
1.4. Creación Industrial.....	4
1.5. Signos distintivos.....	5

CAPÍTULO SEGUNDO SIGNOS DISTINTIVOS EN LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.1. Marcas.....	6
2.1.1. Concepto.....	6
2.1.2. Funciones de la Marca.....	8
2.1.3. Principios Rectores.....	10
2.1.4. Características de la Marca.....	12
2.1.5. Clasificación de las Marcas.....	15
a) Nominativas.....	15
b) Inominadas.....	15
c) Tridimensionales.....	15
d) Mixtas.....	16
e) Marca individual.....	16
f) Marca colectiva.....	16
2.1.6 El Uso y el Registro como Fuentes del Derecho a la Marca.....	17
2.1.7. Marcas registrables.....	20
2.1.8. Marcas No registrables.....	20
2.1.9. Ejemplos.....	22
	2

2.2. Nombres Comerciales.....	24
2.2.1. Concepto.....	24
2.2.2. Afinidad con la marca.....	24
2.2.3. Modo de Protección del Nombre Comercial.....	24
2.2.4. Publicación en la Gaceta.....	25
2.2.5. Requisitos.....	26
2.2.6. Derechos del titular	27
2.2.7. Ejemplos.....	28
2.3. Anuncios o Avisos Comerciales.....	29
2.3.1. Concepto.....	29
2.3.2. Clasificación.....	29
2.3.3. Ejemplos.....	33
2.4. Denominaciones de Origen.....	34
2.4.1. Concepto.....	36
2.4.2. Declaratoria de Protección.....	36
2.4.3. Solicitud de Declaración de Protección de una Denominación de Origen.....	36
2.4.4. Trámites de la solicitud.....	37
2.4.5. Vigencia de la protección.....	38
2.4.6. Usuarios autorizados.....	39
2.4.7. Régimen Internacional y Arreglo de Lisboa	41
2.4.8. Ejemplos.....	43
a) Tequila.....	43
b) Mezcal.....	51
c) Olinalá de Chiapas.....	51
d) Talavera de Puebla.....	51

CAPÍTULO TERCERO

LA RESERVA COMO SIGNOS DISTINTIVOS EN LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

3.1. Definición.....	53
3.2. Explicación de la definición.....	54
3.3. Elementos de la definición.....	57
3.4. Cómo se constituye una Reserva.....	58
3.5. Mención de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.....	59
3.6. Géneros de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.....	60
a) Publicaciones Periódicas.....	61
b) Difusiones Periódicas.....	62
c) Personajes Humanos de caracterización, ficticios o simbólicos.....	63

d) Personas o grupos de personas dedicados a actividades artísticas.....	66
e) Promociones publicitarias.....	69
3.7. Registro de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.....	71
3.8. Lo que No es materia de Reservas.....	75
3.9. Plazo para el Certificado de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo en cada una de sus modalidades.....	77
3.10. Modos de concluir la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.....	78
a) Nulidad.....	78
b) Cancelación.....	78
c) Caducidad.....	79

CAPÍTULO CUARTO

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

4.1. Concepto de Nombre.....	80
4.2. Distinción entre Nombre Comercial, Denominación o Razón Social.....	80
a) Nombre Comercial.....	80
b) Denominación Social.....	81
c) Razón Social.....	82
d) Asociaciones Civiles.....	82
e) Sociedades Civiles.....	82
4.3. Fundamento Jurídico.....	83
4.4. Función de la Razón Social.....	86
4.5. Cómo se obtiene y ante quien se tramita una Razón Social.....	87
a) Lugar o dependencia	87
b) Procedimientos.....	88
c) Requisitos.....	89
d) Permisos para las reformas de estatutos de Sociedades, Cambio de Denominación o Razón Social.....	91
e) Aviso de liquidación, fusión o escisión de sociedades.....	92
f) Costos y tiempos.....	93
g) Formatos.....	94
4.6. Porqué se considera a la Razón Social como Signo Distintivo.....	106
4.7. Relación de la Razón Social con la Propiedad Industrial y los Derechos de Autor.....	107

CAPÍTULO QUINTO

PROTECCIÓN ACUMULADA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS

5.1.	Qué se entiende por Protección Acumulada.....	109
5.2.	Sistema legal que permite la Protección Acumulada.....	110
	a) Ley Federal del Derecho de Autor y el Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor.....	110
	b) Ley Federal de Propiedad Industrial y el Reglamento de la Ley Federal de Propiedad Industrial.....	116
5.3.	Requisitos para la existencia y continuidad de la Protección Acumulada.....	118
5.4.	Inicio y Vigencia de la Protección Acumulada.....	121
5.5.	Controversias frente a la Protección Acumulada de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo y de las Marca.....	124
	a) Marcas y Títulos de Publicaciones	125
	b) Marcas y Títulos de Difusiones Periódicas	126
	c) Marcas y Personajes Humanos de Caracterización, Ficticios o simbólicos.....	128
	d) Marcas y Nombres Artísticos y las Denominaciones de Grupos Artísticos.....	129
	e) Marcas y Promociones Publicitarias.....	130
5.6.	Ventajas de una Protección Acumulada.....	130
5.7.	Inconvenientes de una Protección Acumulada.....	132
5.8.	Propuestas	133
5.9.	Alternativas para perfeccionarla	133
5.10.	Ejemplos y casos prácticos.....	134
	a) Cañaveral.....	135
	b) Ronny Ricaleta	139
	c) Trío de los Dandys.....	141
	CONCLUSIONES	144
	BIBLIOGRAFÍA	149

INTRODUCCIÓN.

Existen dos ordenamientos que regulan la Propiedad Intelectual, la Propiedad Industrial, la cuál es regulada por la Ley de Propiedad Industrial y el Derecho de Autor, regulado por la Ley Federal de Derechos de Autor.

La Propiedad Industrial, se refiere a las patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, secretos industriales, denominaciones de origen, Marcas, nombres y avisos comerciales, y esquemas de trazado de circuitos integrados.

De igual manera, los Derechos de Autor, hacen referencia a las Obras Literarias y Artísticas, Derechos Conexos y una figura jurídica especial denominada Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, regulados por la Ley Federal de Derechos de Autor.

En el presente trabajo, hago referencia a la Protección Acumulada de los Signos Distintivos, referente a la Marca como por la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, ya que resultan de gran importancia en la Propiedad Intelectual en nuestro país, resulta atractivo realizar una exposición sobre la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, figura "sui generis".

Realizo un estudio de la Marca y de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, así como su naturaleza jurídica, ambos Signos Distintivos en relación a la Protección Acumulada.

De ninguna manera sostengo el supuesto desaparecer la figura de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, así como las Marcas, por ser figuras jurídicas de doble protección, en virtud de que ambas tienen un fin en común, tanto las Marcas, como las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo.

El objetivo que pretendo resaltar, son los conflictos jurídicos y la problemática que se derivan de la regulación y aplicación de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, conflictos ubicados en la Teoría como en la Práctica, ya que ocasionalmente, una Marca, por así decirlo, se encuentra paralelamente protegido tanto por la Reserva de Derechos como por la Marca.

El presente trabajo se estructura en Cinco Capítulos, el primero de los cuales menciona los "CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL" en sentido amplio, dando un panorama general tanto de la Propiedad Industrial como de los Derechos de Autor.

El Segundo Capítulo titulado “SIGNOS DISTINTIVOS EN LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL” comprende un estudio de la Marca, su concepto como Signo Distintivo dentro de la Propiedad Industrial, el análisis de su naturaleza jurídica, sus funciones y requisitos para su protección, hasta los modos de concluir el registro Marcario.

De igual forma, se expone la clasificación de la Marca, así como el estudio de la protección otorgada a dicho signo distintivo en nuestro país, así como los demás signos distintivos que contempla la Ley, llámense Nombres Comerciales, Anuncios o Avisos Comerciales y Denominaciones de Origen.

El Tercer Capítulo titulado “LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO COMO SIGNO DISTINTIVO EN LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR” versa sobre el estudio de la naturaleza jurídica de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo y lo que su concepto, los géneros existentes de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, hasta los modos de concluirla, así como la protección otorgada a la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo conforme a lo establecido por la Ley Federal del Derecho de Autor.

El Capítulo Cuarto, versa sobre el estudio del “NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL”, así como un análisis detallado de cada una de las figuras jurídicas por separado, del Nombre como tal, la Denominación Social, y la Razón Social.

Cabe mencionar, que realizamos un estudio en especial de la Razón Social, destacando su función, el procedimiento por medio del cuál se puede obtener, ante quien se tramita, el lugar, los requisitos establecidos, el costo y los formatos requeridos.

El Quinto Capítulo, hace mención al tema en estudio, “LA PROTECCION ACUMULADA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS”, el estudio de su naturaleza jurídica, su concepto, que se entiende por Protección Acumulada, los sistemas que permiten la Protección Acumulada en la Ley, (Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de Propiedad Industrial), el inicio y vigencia de la Protección Acumulada, menciono algunas de las controversias suscitadas en relación al tema, las ventajas e inconvenientes que se pueden presentar, así como algunas alternativas para perfeccionarla, algunos ejemplos y casos prácticos de Protección Acumulada, por mencionar algunos, Ronny Ricaleta, el Trío los Dandys y el Grupo Cañaveral .

Mí posición al respecto de la “PROTECCIÓN ACUMULADA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS”, en ningún momento, se encuentra a favor de ella, como en contra, simplemente, realizo un estudio profundo del tema, hago referencia a la existencia de una gran laguna en la ley, en razón a que dicha figura jurídica, llámese Protección Acumulada de las Marcas y las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, no se encuentran reguladas expresamente en la Ley.

CAPITULO PRIMERO

CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

1.1 DERECHO INTELECTUAL.

El Derecho Intelectual, fusiona al concepto de Derecho de Autor, sistematiza el uso; a pesar de que ambos están íntimamente relacionados, no es posible afirmar que tan sólo el Derecho de Autor es parte del Derecho Intelectual, resulta más complejo, ya que integra otras disciplinas además del Derecho de Autor.

El objeto del Derecho Intelectual es la regulación de las creaciones del intelecto, que surgen al crear o transformar la materia existente, logrando nuevos objetos para facilitar la vida del hombre.

La existencia de los Derechos Intelectuales, es justificada como productos del espíritu, que versan sobre una idea, necesitando una protección especial respecto a su naturaleza y grado de complejidad.

La doctrina generalmente determina que el Derecho Intelectual se complementa por los Derechos de Patentes de invención; de Modelos y Dibujos de fábrica; de planes de trabajo públicos y privados; de producciones artísticas; de Obras Literarias; y de Marcas de fábrica o de comercio y de insignias.

1.2. DERECHO DE AUTOR.

El Derecho de Autor, se entiende como "el conjunto de normas que regulan las prerrogativas y beneficios que las leyes reconocen y establecen en favor de los autores y de sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales o comerciales"¹.

Comprende aquellos Derechos que se ejercen sobre bienes incorpóreos, como las producciones, ya sea artística, científica o literaria; esos Derechos y su ejercicio tienen una naturaleza propia y específica que se refleja en la índole especial de las prerrogativas de que gozan los autores, las cuales pueden ser agrupadas en facultades de orden moral y económico.

Para que exista jurídicamente el Derecho de Autor, se requiere:

- a) La manifestación externa de la idea, que implica el hecho de dar a conocer

¹David Rangel Medina, *Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual*, UNAM, México, 1992, p. 7

públicamente la obra misma a través de un texto, un fonograma, un video-grama, etc.

La manifestación externa de la idea confiere al autor un Derecho de Propiedad sobre su obra, de la que emana un Derecho moral que le otorga la facultad de exigir el reconocimiento de su carácter de creador y un Derecho pecuniario sobre la producción de su obra.

b) La existencia de una norma jurídica que reconozca una facultad o atribución al autor de esa manifestación, es decir, el Estado reconoce al autor de una obra artística o literaria, concediéndole los Derechos exclusivos para la explotación de su obra, así como la facultad para exigir que se le reconozca como creador de la misma.

c) El ejercicio de la facultad concedida por la norma mediante el registro de la Obra Intelectual, que se traduce en el ejercicio mismo del Derecho consagrado en los dos incisos anteriores.

La justificación para la existencia de la protección al Derecho de Autor, se basa en la necesidad de un patrimonio cultural fincado en principios de justicia social, de desarrollo cultural, de orden económico y moral.

Se puede comprender al Derecho de Autor, como el conjunto de privilegios y prerrogativas morales y pecuniarias que poseen los creadores de una obra por el hecho mismo de haberla creado, a partir de un acto soberano del Estado que los concede.²

El ordenamiento legal que en México protege a los Derechos de los Autores y sanciona su violación es la Ley Federal del Derecho de Autor y su reglamento, y la institución encargada de su aplicación será el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDA).

1.3. DERECHO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

La Propiedad Industrial es una de las dos partes que conforman la Propiedad Intelectual junto a los Derechos de Autor.

La Propiedad Industrial, se puede entender como un "nombre colectivo que designa el conjunto de institutos jurídicos o leyes que tienden a garantizar la suma de Derechos deducidos de la actividad industrial o comercial de una persona y a asegurar la lealtad de la concurrencia industrial o comercial".³

El término Propiedad Industrial está "constituido por las prerrogativas industriales que aseguran a su titular, frente a todo el mundo, la exclusividad de la reproducción ya de

² Fernando Serrano Migallón, *Nueva Ley Federal del Derecho de Autor, Textos, Antecedentes, Análisis. Proceso Legislativo* Porrúa. México, 1998, p. 592

³David Rangel Medina, *Tratado de Derecho Marcario*, Libros de México. México, 1960, p. 18.

una creación nueva, bien de un signo distintivo"⁴.

La Propiedad Industrial es el Derecho que faculta a una persona para gozar de una cosa, producto de su destreza, regulando así la competencia entre productores y la protección a los consumidores.

El Derecho de Propiedad Industrial comprende cuatro grupos sobre la base de lo que establece el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que son:

1.- CREACIONES INDUSTRIALES NUEVAS. Comprende las patentes de invención, los Certificados de invención y los registros de modelos y dibujos industriales.

2.- SIGNOS DISTINTIVOS. Tienen como finalidad el distinguir establecimientos, productos y servicios de otros existentes en el mercado; éstos son: las Marcas, los Nombres Comerciales, las Denominaciones de Origen y los Avisos Comerciales.

3.- REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL. Es la actividad publicitaria dirigida a provocar confusión o descrédito entre competidores sobre los bienes o servicios que ofrecen y se considera contraria a los buenos usos mercantiles.

4.- FASES QUE CONFORMAN LA TECNOLOGÍA. En su sentido más amplio, podemos mencionar a las variedades vegetales y los conocimientos técnicos o "know-how".

El propósito esencial de la Propiedad Industrial, es la actividad del intelecto aplicado en la búsqueda de soluciones concretas de problemas específicos en el campo de la industria y del comercio, o a la selección de medios diferenciadores de establecimientos, mercancías y servicios.

Las modalidades de Propiedad Industrial existentes en México efectúan su protección por medio de:

- Otorgamiento de Patentes de Invención;
- Registro de Modelos de Utilidad;
- Registro de Modelos Industriales;
- Registro de Marcas;
- Registro de Avisos Comerciales;
- Publicación de Nombres Comerciales; y
- Declaración de protección de Denominaciones de Origen.

La protección jurídica de la Propiedad Industrial, estimula a las empresas a emprender mejorar en procesos de producción, productos y formas de comercialización para reforzar su competitividad y obtener un mayor beneficio económico, sin ser afectados por la copia o imitación no autorizada de las mismas.

⁴ *Íbidem.* p. 25

El ordenamiento legal que en México protege la Propiedad Industrial y sanciona su violación es la Ley de la Propiedad Industrial y su reglamento, y la institución encargada de su aplicación es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial).

1.4. CREACIÓN INDUSTRIAL.

Las creaciones o diseños industriales se refieren las patentes de invención, los Certificados de invención y los registros de modelos de utilidad y dibujos industriales.

El Modelo de Utilidad es un producto del arte aplicado a la industria, puede haber coexistencia entre elementos estéticos y elementos intrínsecos de función habilidad del objeto; por lo que el criterio de distinción entre el modelo y la invención reside en que la invención patentable produce un resultado industrial, resultando conveniente, en tanto que el modelo sirve únicamente para individualizar el objeto por su forma independientemente de su utilidad⁵.

La Ley de la Propiedad Industrial, el Artículo 32 en su fracción II señala que los Modelos Industriales están constituidos por toda forma tridimensional que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial que le dé apariencia especial en cuanto no implique efectos técnicos.

El Dibujo Industrial, a diferencia del modelo, "es un cuerpo tangible constituido por líneas o colores que se incorporan con un producto industrial con fines ornamentales y que le dan un aspecto peculiar y propio"; el dibujo constituye la representación característica de la expresión externa del objeto, al que le da un efecto nuevo.⁶

El Artículo 32 de la Ley de la Propiedad Industrial, define en su fracción I a los Dibujos Industriales señalando "que son toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar y propio."

La mencionada Ley, establece para su registro, que serán registrables los Diseños que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial; considerando como nuevos a los diseños de creación independiente y que difieran en grado significativo de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños.

En cuanto a la protección conferida a un Diseño Industrial no comprenderá los elementos o características que estuviesen dictadas únicamente por consideraciones de orden técnico o por la realización de una función técnica, y que no incorporen ningún aporte arbitrario del diseñador; ni aquellos elementos o características cuya reproducción exacta fuese necesaria para permitir que el producto que incorpora el diseño sea montado mecánicamente o conectado con otro producto del cual constituya una parte o pieza

⁵ César Sepúlveda, *El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial*, Porrúa, México, 1961 p. 63

⁶ *Ibidem* p 64

integrante; dicha limitación no se aplicará tratándose de productos en los cuales el diseño radica en una forma destinada a permitir el montaje o la conexión múltiple de los productos o de su conexión dentro de un sistema modular.

1.5. SIGNOS DISTINTIVOS.

La finalidad de los Signos Distintivos es proteger el patrimonio del industrial o empresario, evitando así la competencia desleal, y asegurar al público que adquiera dichos productos *la calidad que busca con su adquisición.*

Los Signos Distintivos forman parte de la Propiedad Industrial, y son integrados por los siguientes conceptos:

1.- **MARCAS** son los signos utilizados por los industriales, fabricantes o prestadores de servicios, en las mercancías o en aquellos medios capaces de presentarlos gráficamente, para distinguirlos, singularizarlos, individualizarlos, denotar su procedencia y calidad, en su caso, de otros idénticos o de su misma clase o especie.

2.- **NOMBRES COMERCIALES** son toda designación, Denominación, Razón Social o nombre civil, bajo la cual, los comerciantes colectivos o individuales, realizan sus actividades mercantiles o identifican sus mercancías o servicios, de otros con la misma o similar actividad industrial o mercantil.

3.- **RÓTULO DEL ESTABLECIMIENTO** es la Denominación que algunos autores y Legislaciones emplean para designar el signo exterior de los locales de la negociación, como una variante del Nombre Comercial.

4.- **MUESTRA DEL ESTABLECIMIENTO** es otra modalidad del Nombre Comercial, que se utiliza para la designación material y exterior del establecimiento mercantil.

En la Ley de la Propiedad Industrial, ni la muestra ni el rótulo, que en la actualidad son sinónimos, se consideran como instituciones independientes del Nombre Comercial.

5.- **DENOMINACIÓN DE ORIGEN** es el nombre de un lugar geográfico con el que se identifican las mercancías que tienen propiedades similares, derivadas de los elementos naturales de dicha región, como clima, tierra y agua, así como de la técnica, destreza, habilidad y tradición artesanal de quienes habitan en ella para producirlas.

6.- **AVISO COMERCIAL** es el texto del anuncio publicitario, del slogan comercial con el que se dan a conocer al público para efectos de su propaganda, los tres medios comerciales identificadores ya mencionados.

CAPITULO SEGUNDO

SIGNOS DISTINTIVOS EN LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.1. MARCAS

2.1.1. CONCEPTO

Para comprender el tema, partiremos de la noción de Marca que nos señalan diferentes diccionarios de la lengua española, los que en términos generales la conceptúan de la siguiente forma:

MARCA:

- SEÑAL HECHA EN UNA PERSONA, ANIMAL O COSA, PARA DISTINGUIRLA DE OTRA, O DENOTAR CALIDAD O PERTENENCIA. SEÑAL QUE SE LE PONE A UNA COSA PARA RECONOCERLA.
- DISTINTIVO DE UN FABRICANTE O COMERCIANTE.
- SIGNOS UTILIZADOS POR LOS INDUSTRIALES, FABRICANTES O PRESTADORES DE SERVICIOS, EN LAS MERCANCÍAS O EN AQUELLOS MEDIOS CAPACES DE PRESENTARLOS GRÁFICAMENTE, PARA DISTINGUIRLOS, SINGULARIZARLOS, INDIVIDUALIZARLOS; DENOTAR SU PROCEDENCIA Y CALIDAD, EN SU CASO, DE OTROS IDÉNTICOS O DE SU MISMA CLASE O ESPECIE.⁷
- MARCA DE FÁBRICA ES EL DISTINTIVO O SEÑAL QUE EL FABRICANTE PONE A LOS PRODUCTOS DE SU INDUSTRIA, Y CUYO USO LE PERTENECE EXCLUSIVAMENTE.
- MARCA REGISTRADA ES LA RECONOCIDA LEGALMENTE PARA SU USO EXCLUSIVO.

El Dr. Rangel Medina considera a la Marca “como el signo de que se valen los industriales, comerciantes y prestadores de servicios para diferenciar sus mercancías o servicios de los de sus competidores”⁸

Desde el punto de vista jurídico, se entiende según lo expresado por Yves Saint Gal “un Signo Distintivo que permite a su titular (fabricante o comerciante) distinguir sus

⁷ García Pelayo y Gras, *Diccionario El Pequeño Larousse Ilustrado*, Larousse, México, 1994, p. 659.

⁸ David Rangel Medina, *Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual*. UNAM, México, 1992, p. 48

productos o sus servicios de los de la competencia", en un sentido económico "un signo que tiende a proporcionar a la clientela una mercancía o un servicio cubierto públicamente con su garantía"⁹.

La Organización Mundial de la Propiedad Industrial (O.M.P.I.), define a la Marca como "un signo visible, protegido por un Derecho exclusivo concedido en virtud de la ley, que sirve para distinguir las mercancías de una empresa de las de las otras empresas"¹⁰.

Otro concepto, considera que la "Marca es todo signo que se utiliza para distinguir un producto o un servicio de otros"¹¹.

En ese sentido, todos los autores coinciden con que la principal función de la Marca es servir como elemento de identificación de los satisfactores que genera el aparato productivo de una determinada economía.

Joaquín Rodríguez y Rodríguez indica que la "Marca es la señal externa que es usada por un comerciante para distinguir los productos por él elaborados, vendidos o distribuidos, de manera que el adquirente pueda cerciorarse de su procedencia y el comerciante quede a salvo de los efectos de la competencia desleal que le hicieren los que pretendiesen utilizar el prestigio y la solvencia de aquél, para colocar productos inferiores no acreditados"¹².

Por su parte, Breuer Moreno, entiende por Marca "el Signo característico con el que el industrial, comerciante o agricultor, distingue los productos de su industria, comercio o explotación agrícola"¹³.

Para Carlos E. Mascareñas, "la Marca es un signo que se usa para distinguir, en el mercado, los productos o los servicios de una empresa, de los productos o de los servicios de las otras empresas"¹⁴.

Hermenegildo Baylos Carroza, señala que "la Marca es un signo destinado a individualizar los productos o los servicios de una empresa determinada y hacer que sean reconocidos en el mercado por el público consumidor. No identifica un producto o un servicio considerados en su individualidad; sino en cuanto ejemplares de una serie"¹⁵.

Señala el otro autor, que el punto de vista jurídico es "un Signo Distintivo que permite a su titular (fabricante o comerciante), distinguir sus productos o servicios de los de la competencia."¹⁶, en cuanto al punto de vista económico "un signo que tiende a

⁹ Jaime Álvarez Soberanis, "El Caso de México" en *Revista del Derecho Comercial y de las Obligaciones*, la Función Económica de los Acuerdos de Clientela de Uso de Marcas en los países en vías de desarrollo. México, Año 9. No. 50. Abril 1976, p. 152.

¹⁰ Jaime Álvarez Soberanis, *La Regulación Jurídica de las Inventiones y Marcas y de la Transferencia de Tecnología*, Porrúa, México, 1979, p. 54.

¹¹ *Idem*

¹² Joaquín Rodríguez y Rodríguez, *Derecho Mercantil* Tomo 1. Porrúa, México, 1974, p. 425.

¹³ Pedro Breuer Moreno, *Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio*. Robins. Buenos Aires. 1946. p. 31.

¹⁴ Carlos Mascareñas E., *Las Marcas en el Derecho Comparado y en el Derecho Venezolano*. Colección Justicia et Jus. No. 10, Venezuela, 1963, p. 9.

¹⁵ Hermenegildo Baylos Carroza. *Tratado de Derecho Industrial*. Civitas, Madrid. 1978. p. 838.

¹⁶ Justo. Nava Negrete. *Derecho de las Marcas*, Porrúa. México. 1985. p. 143.

proporcionar a la clientela una mercancía o un servicio cubierto públicamente con su garantía"¹⁷.

La Ley de la Propiedad Industrial en su Artículo 88, define a la Marca:

Artículo 88.- SE ENTIENDE POR MARCA A TODO SIGNO VISIBLE QUE DISTINGA PRODUCTOS O SERVICIOS DE OTROS DE SU MISMA ESPECIE O CLASE EN EL MERCADO.

Históricamente las definiciones que se han manejado son:

La Ley de Marcas de Fábrica del 28 de noviembre de 1889, definió a la Marca de fábrica como "cualquier signo determinante de la especialidad para el comercio de un producto industrial".

La Ley de Marcas Industriales y de Comercio de 1903¹⁸, conceptuaba a la Marca como "el signo o Denominación característica y peculiar usada por el industrial, agricultor o comerciante en los Artículos que produce o expende, con el fin de singularizarlos y denotar su procedencia".

Ninguna ley anterior había incluido dicha definición, siendo que la legislación subsiguiente se limitó a señalar los Derechos y obligaciones de los usuarios de las Marcas, sin darnos un concepto claro de lo que por Marca se entendía.

La Ley de la Propiedad Industrial nos da un concepto amplio de la Marca ya que no distingue, como lo hacían las otras leyes, respecto del titular del Derecho de uso de la Marca, y además incluye en él no sólo productos sino también servicios que pueden ser susceptibles de identificarse mediante una Marca.

2.1.2. FUNCIONES DE LA MARCA.

Para comprender la importancia que tienen las Marcas en todo el mundo, debemos partir del principio de que la función básica de la Marca es la de distinción, ya que permite identificar a un producto y distinguirlo de otros de su mismo género o especie.

Jaime Álvarez Soberanis, indica que "la teoría tradicional de las Marcas, sostiene que es un instrumento de orden público porque cumple con una función social al proteger al público consumidor, indicándole en términos inequívocos el origen y la calidad del bien o servicio Marcado."¹⁹

La protección otorgada por la Marca, es de interés público ya que Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de que el consumidor sea engañado acerca del origen de un

¹⁷ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. *Transferencia de Tecnología a los países en desarrollo*, Aspectos Jurídicos de los acuerdos de licencia en el campo de las patentes, las Marcas y los conocimientos técnicos Documento *PJI/92*, Ginebra, 1 de Junio de 1975, p. 3.

¹⁸ Diario Oficial de la Federación del 2 de septiembre de 1903.

¹⁹ Jaime Álvarez Soberanis. *La Regulación Jurídica de las Invencciones y Marcas y de la Transferencia de Tecnología*. Porrúa, México, 1979, p. 67 y 68.

producto existente en el mercado. El hecho de permitir que otra persona use la misma Marca es autorizarlo a que engañe al público y venda sus productos como si fueran fabricados por el verdadero dueño de la Marca.

Son diversas *las funciones* que pueden atribuirse a una Marca, según Hildegart Rondó de Sansó²⁰, las principales son las siguientes:

1. - Distinción o carácter distintivo.- Deriva de la propia naturaleza de la Marca en cuanto que es un objeto destinado a distinguir un producto de otro del mismo género; es decir, es el producto considerado en sí mismo a lo que el consumidor dirige su atención. El carácter distintivo, es reconocido en nuestra legislación vigente, ya que menciona el carácter distintivo del que se constituye la Marca.

2.- Protección.- Se protege al titular de la Marca de presuntos competidores, protegiendo simultáneamente al público de los piratas, en virtud de la Marca que el comprador adquiere el producto.

3.- Garantía de calidad.- La calidad del producto es lo que lo califica, lo que el comprador busca al adquirir un producto es una calidad determinada, por lo que la Marca es una garantía para el consumidor y como para el fabricante, es un medio con que cuenta para distinguirse de sus competidores, aún cuando el conocimiento de la empresa que fabrica el producto es secundario para el consumidor.

4.- Propaganda.- A través de ella el público tiene conocimiento de los Artículos que la Marca ampara, siendo la fuerza de atracción del producto hacia los consumidores.

5.- Indicación de proveniencia.- Esta función fue considerada en el siglo XIX como la nota predominante de todo Signo Distintivo, en virtud de la cual la Marca lleva en sí misma una referencia a la empresa que fabrica el producto.

La Marca tiene diversas funciones, pero debemos recordar que la principal es la de identificar el producto o servicio, con la finalidad concreta de servir de instrumento para comercializarlos en el mercado. No se identifica al producto por el simple hecho de hacerlo, sino con el propósito práctico de venderlo en el mercado y cuanto mas se venda, la Marca adquirirá prestigio y su valor económico se incrementará.

²⁰ Hildegart, Rondó de Sansó. *Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística*. "La cesión de la Marca". Año 3. No. 5, enero-junio, México, 1965. Pág. 90

2.1.3. PRINCIPIOS RECTORES

Con el carácter distintivo, la novedad, la licitud y la veracidad del Signo Distintivo, se requiere el de la especialidad de la Marca como una de las condiciones esenciales de la misma.

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD.- La Marca es especial en el sentido de que sólo se aplica a la categoría de productos o servicios para los que ha sido creada. En este entendido, tenemos que el registro de una Marca no puede proteger toda clase de productos o servicios, de modo indiscriminado, toda vez que el alcance de la propiedad de una Marca se limita a la protección de esos productos o servicios para los que fueron registrados. En consecuencia cualquier persona puede solicitar el registro de una Marca registrada pero para amparar otra clase de productos o servicios.

PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD.- Establece que el ámbito de validez de su registro corresponde y coincide con el territorio nacional, pues sus efectos no se limitan a una zona o región del país, pero tampoco rebasan sus fronteras.

La validez del registro de la Marca respecto a la duración, Derechos que confiere, obligaciones, entre otras, tiene las dos limitaciones que se mencionan: la que impone el principio de la especialidad por lo que toca a las mercancías y servicios que protege el registro; y la que deriva del principio de territorialidad, por lo que ve al alcance espacial o geográfico de sus efectos.

En su significado de que la acción del signo se limita al campo de las mercancías iguales o similares, o pertenecientes a un mismo género o a una misma especie, el carácter especial de la Marca también lo adopta la ley mexicana cuando exige que los registros de Marca se efectúen bajo el cumplimiento de las reglas concernientes a la clasificación tradicional de productos.

Dichas reglas se resumen de la siguiente manera²¹:

- a) Las Marcas se registrarán con productos o servicios determinados²²
- b) Una vez efectuado el registro de la Marca, no podrá aumentarse el número de productos o servicios que proteja, y que para proteger posteriormente un producto o servicio diverso con una Marca ya registrada, será necesario obtener un nuevo registro²³
- c) La solicitud de registro de la Marca debe presentarse con la indicación de los productos o servicios a los que se aplicará la Marca²⁴
- d) La que dispone que para reconocer el Derecho de prioridad para quien previamente

²¹ David, Rangel Medina. *Derecho Intelectual*. Mc Graw Hill. México, 1998, pp. 69-71.

²² Artículo 93. *Ley de la Propiedad Industrial*

²³ Artículo 94. *Ley de la Propiedad Industrial, México*

²⁴ Artículo 113, frac. IV. *Ley de la Propiedad Industrial*

solicitó el registro de la Marca en otro país, debe solicitarla en México para los mismos productos o servicios mencionados en la solicitud presentada en el extranjero²⁵

e) Es registrable una Marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una ya registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios²⁶

f) La que Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial del registro de Marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión, a un Nombre Comercial aplicado a una negociación cuyo giro preponderantemente sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la Marca²⁷

g) La que prohíbe que una Marca registrada o una Marca semejante en grado de confusión a otra Marca registrada se use o forme parte del Nombre Comercial correspondiente a un establecimiento cuya actividad sea la producción, importación o comercialización de bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la Marca registrada²⁸

h) La que considera como infracción administrativa el uso de una Marca semejante en grado de confusión a otra Marca registrada para amparar los mismos o similares productos o servicios que los protegidos por la Marca registrada²⁹

i) La que define como infracción administrativa el uso, sin consentimiento de su propietario, de una Marca registrada o semejante en grado de posibilidad de confusión, como elemento de un Nombre Comercial cuando éste corresponda a un establecimiento que opere con los productos o servicios protegidos por la Marca³⁰

j) La que también califica de infracción administrativa, el uso de una Marca previamente registrada, como Nombre Comercial de una negociación cuya actividad sea producir, importar o comercializar bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la Marca registrada, si tal uso se efectúa sin el consentimiento del titular del registro³¹

k) La que sanciona como infracción administrativa el uso de una Marca registrada, sin el consentimiento de su titular en productos o servicios iguales o similares a los que ampara la Marca registrada³²

l) La que también castiga como infracción administrativa la venta o puesta en circulación de productos iguales o similares a los que se aplica una Marca registrada, cuando se tiene conocimiento de que el uso de tal Marca se efectúa sin consentimiento del

²⁵ Artículo 118 frac. II. *Ley de la Propiedad Industrial*

²⁶ Artículo 90 frac. XVI. *Ley de la Propiedad Industrial*

²⁷ Artículo 90 frac. XVII. *Ley de la Propiedad Industrial*

²⁸ Artículo 91. *Ley de la Propiedad Industrial*

²⁹ Artículo 213 frac. XVI. *Ley de la Propiedad Industrial*

³⁰ Artículo 213 frac. V. *Ley de la Propiedad Industrial*

³¹ Artículo 213 frac. VII. *Ley de la Propiedad Industrial*

³² Artículo 213 frac. XVIII. *Ley de la Propiedad Industrial*

titular de su registro ³³

m) La que establece la caducidad del registro de la Marca cuando ésta no es usada durante tres años consecutivos en los productos o servicios para los que fue registrada ³⁴

n) La que permite el empleo de la Leyenda que indique que la Marca que ostenta un producto o un servicio está registrada, sólo para el caso de que los productos o servicios correspondan precisamente a los que se refiere el registro ³⁵

2.1.4. CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA

El Dr. David Rangel Medina, señala que las características esenciales o de validez de la Marca son:

A) **DISTINTIVIDAD.-** Se refiere que el destino de la Marca es el de identificar productos o servicios, a especializarlos y a indicar su origen o procedencia de los mismos, para evitar la confusión con otros productos similares.

La distintividad reúne otros requisitos esenciales, la novedad y la especialidad; es por eso que para considerar que una Marca sea distintiva también tendrá que ser nueva y especial, conceptos que se explicaran a continuación.

Mediante la función distintiva, la Marca constituye como finalidad u objetivo inmediato un signo de adhesión a la clientela, es decir, un instrumento eficaz para adquirir, conservar y aumentar la clientela; así también, como un objetivo mediato garantiza la calidad constante (por oposición a la buena o mala calidad) de los productos o servicios³⁶.

Esencialmente los principios que rigen la capacidad o eficacia distintiva, son dos:

- I. DEBE SER DISTINTIVA POR SI MISMA, ES DECIR QUE ELLA DEBE REVESTIR UN CARÁCTER DE ORIGINALIDAD SUFICIENTE PARA DESEMPEÑAR EL PAPEL QUE LE ES ASIGNADO POR LA LEY, Y
- II. LA MARCA DEBE DE SER DISTINTIVA OBJETIVAMENTE, CON EL OBJETO DE EVITAR TODA POSIBILIDAD DE CONFUSIÓN CON MARCAS EXISTENTES.

Para considerar que una Marca es distintiva, deben de concurrir forzosamente los otros requisitos esenciales de la Marca como lo son la novedad y la especialidad, de lo contrario no se le puede atribuir a una Marca tal carácter.

³³ Artículo 213 frac XIX. *Ley de la Propiedad Industrial*

³⁴ Artículo 130, *Ley de la Propiedad Industrial*

³⁵ Artículo 131 en relación con el artículo 213 fr XXIII. *Ley de la Propiedad Industrial*

³⁶ Justo Nava Negrete. *Op. cit.*, p. 161.

B) ESPECIALIDAD.- La Marca siempre se va a aplicar a ciertos productos o servicios, es decir el hecho de que una persona registre una Marca, esto no quiere decir que la misma sea aplicable para cualquier tipo de producto o servicio, sino que el registro sólo va a amparar determinados productos o servicios, independientemente de que el titular pueda solicitar los registros necesarios para que una sola Marca pueda proteger todas las clases de productos y servicios, no obstante que el titular de un registro Marcario tiene la obligación de utilizar su Marca aplicándolo a los productos para los cuales se solicitó su registro.

Lo antes mencionado, representa el punto de vista de lo que implica la especialidad en la mayoría de los tratadistas, sin embargo el maestro David Rangel Medina cita otras acepciones, que resultan ser acertadas, como se detalla a continuación:

"PARA GOZAR DE LA PROTECCIÓN LEGAL LA MARCA DEBE CUMPLIR CON SU FUNCIÓN DIFERENCIADORA, LA CUAL A SU VEZ, SÓLO PODRÁ REALIZARSE SI LA MARCA ES LO SUFICIENTEMENTE ORIGINAL PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DEL COMPRADOR. A ESTA CONDICIÓN ESENCIAL DEL SIGNO SE LE DESIGNA COMO ESPECIALIDAD DE LA MARCA"³⁷.

Esta característica se refiere a que la Marca debe tener ciertas características que la hagan especial, a efecto de poder atraer la atención del público consumidor, es por eso que no pueden constituir una Marca las cosas simples o aisladas como los colores, los números o los dígitos, y es en razón a este punto de vista por el cual se relaciona íntimamente la especialidad con la distintividad.

Al lado del carácter distintivo, la novedad, la licitud y la veracidad del signo, se requiere la especialidad como una de las condiciones esenciales de la Marca.

La Marca es especial en el sentido de que sólo se aplica a la categoría de productos para los que ha sido creada. De aquí surge la regla general según la cual la Marca no puede registrarse para proteger indeterminadamente, cualquier mercancía, ya que el alcance de la propiedad de una Marca se limita a la protección de los productos para los que fue registrada, esa misma Marca puede ser registrada por cualquier otra persona para distinguir productos de otra clase.

Cabe señalar que existe una figura que rompe con el principio de especialidad y es el caso de las Marcas notoriamente conocidas, pues aunque una de estas Marcas no se encuentra registrada en todas las clases de productos o servicios, el hecho de ser notoria implica que la misma se va a amparar todas y cada una de las clases existentes.

C) NOVEDAD.- Implica un aspecto importante, ya que una Marca solo puede ser novedosa, cuando la misma no se ha usado o registrado aun, pues de lo contrario provocaría confusiones, es por eso que es necesario que concurran la especialidad ya explicada y la novedad, para que una Marca sea distintiva, de lo contrario la Marca no existiría.

³⁷ Rangel Medina, David, *Derecho Intelectual*. Mc Graw Hill, México, 1998. p 175

Para que una Marca sea lo suficientemente novedosa es necesario que sea diferente que las de sus competidores, que no sea una Denominación, figura o forma tridimensional que se encuentre en el dominio público, y que no exista otra igual o semejante en grado de confusión ya registrada, o bien en su defecto a cualquier otro Signo Distintivo.

En aquellos casos en que una Marca registrada, haya cesado sus efectos por los distintos modos de concluir su protección, cualquier persona podrá solicitar el registro de una Marca igual o semejante en grado de confusión a la que cesó su protección.

La novedad, como lo afirma Justo Nava Negrete, en materia de Marcas es relativa en tanto que en materia de invenciones es absoluta pues estas últimas no podrían existir sin este requisito.

D) LICITUD.- El Artículo 4º. de la Ley de la Propiedad Industrial, consagra esta característica al señalar textualmente lo siguiente:

"NO SE OTORGARÁ PATENTE, REGISTRO O AUTORIZACIÓN, NI SE DARÁ PUBLICIDAD EN LA GACETA, A NINGUNA DE LAS FIGURAS O INSTITUCIONES JURÍDICAS QUE REGULA ESTA LEY, CUANDO SUS CONTENIDOS O FORMA SEAN CONTRARIOS AL ORDEN PÚBLICO, A LA MORAL Y A LAS BUENAS COSTUMBRES O CONTRAVENGAN CUALQUIER DISPOSICIÓN LEGAL."³⁸

El impedimento señalado en este precepto legal se refiere a las figuras que regula la ley en el caso de los signos distintivos, mas no a los productos a los cuales se aplique.

El mismo ordenamiento, señala en apoyo a esta característica que no serán registrables los emblemas, escudos, monedas, firmas, las que sean engañosas o confusas, es por eso que las Marcas deben de cumplir con este requisito de licitud, pues de no hacerlo no podrán registrarse.

E) VERACIDAD.- Esta característica, se refiere a aquellas Marcas que pretenden inducir al error en el público consumidor, señalando indicaciones falsas o engañosas del origen, atributos o características de los productos o servicios que pretende amparar, dichas Marcas no son objeto de protección.

³⁸ Artículo 4. *Ley de la Propiedad Industrial*

2.1.5. CLASIFICACIÓN DE LAS MARCAS.

Existen diversas clasificaciones de las Marcas, sin embargo únicamente nos ceñiremos a señalar la clasificación establecida por la actual Ley de la Propiedad Industrial:

A) **NOMINATIVAS.**- Consisten en la designación del producto por sí mismo y puede constituir Marca si son nuevas y además no indispensables para designar el producto al que se aplican. Son aquellas Marcas conformadas por palabras u oraciones, no importando el tamaño o el tipo de letra. En términos generales la Ley de la Propiedad Industrial, permite que cualquier palabra o conjunto de palabras sean registradas siempre y cuando no cuenten con algún impedimento establecido por la propia Ley, las denominaciones pueden referirse a objetos existentes, pero también puede constituirlos términos fantasiosos que en sí mismos no tengan algún significado; así también pueden ser nombres propios, palabras extranjeras, siglas o números.

B) **INNOMINADAS.**- Consisten en dibujos, figuras, o diseños. El maestro David Rangel cita a Ghirón señalando que: "La Marca figurativa se distingue de la nominativa porque funda toda su característica en el sentido de la vista sin que para nada concurra en ella el oído; penetran entre el público en cuanto ofrecen a la vista materia de percepción, grabando en la mente por medio de la memoria visual."³⁹

Las *Marcas figurativas* son más fáciles de retener por parte del público consumidor que las Marcas nominativas, sin embargo suele suceder que ambos tipos de Marcas se conjuguen como se señala en la siguiente clase de Marca.

Al respecto el Lic. Max R. Linares y Urcuyo⁴⁰, refiriéndose al emblema distintivo del establecimiento, señala que en el campo de la Propiedad Industrial, el emblema encierra dos connotaciones:

En sentido amplio es un medio de representación gráfica empleado en la industria o en el comercio para distinguir mercancías.

En estricto sentido se define como una categoría de las Marcas figurativas, entre las que se distingue porque en el emblema lo que sujeta a tutela es el tema elegido en la representación. El emblema puede ser constituido por la figura o imagen de cualquier ser animado o no, real o ficticio y puede ir acompañada de un nombre o Leyenda.

C) **TRIDIMENSIONALES.**- Estas se refieren principalmente a los empaques o envases de los productos o su forma de presentación, siempre y cuando sean estáticas, es decir que no tenga movimiento o sean cambiantes, sin embargo al momento de su registro deben presentarse los dibujos, vistos desde distintos ángulos.

³⁹ Rangel Medina, David. *Op cit supra* nota 3. p. 216.

⁴⁰ Max R. Linares y Urcuyo. *Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística*. Marcas no registrables. Enero-Diciembre, México, 1974. p. 222.

D) MIXTAS.- Este tipo de Marcas se refiere a la conjugación de Marcas nominadas e innominadas y tridimensionales, con la finalidad de tener una mayor fijación en el público consumidor.

E) MARCA INDIVIDUAL.- Es aquella que los industriales, comerciantes o prestadores de servicios podrán utilizar en la industria, en el comercio o en los servicios que presten, mediante su registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. La Marca individual, está destinada a proteger productos o servicios determinados.

Se considera que la Marca es individual en tanto que es un Signo Distintivo que se crea para que un productor, comerciante o prestador de servicios distinga su mercancía de la de sus competidores, logrando que sus productos o servicios sean estimados en el comercio y a la vez sean buscados por la clientela.

Por lo tanto, si la Marca protegiera a la vez productos de diferentes personas, no cumpliría la función expresada.

F) MARCA COLECTIVA.- Este tipo de Marca es la que generalmente solicitan las asociaciones de productores, fabricantes, comerciantes, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir en el mercado, los productos o servicios de sus miembros, respecto de los productos o servicios de quienes no forman parte de dichas asociaciones.

Las Marcas colectivas pueden pertenecer a sindicatos, organismos profesionales y grupos diversos, que pueden ser de Derecho público o privado, los cuales no ejercen por sí mismos la actividad comercial o industrial y solamente están destinados a otorgar a los consumidores una garantía de calidad en el producto o servicio indicando asimismo la naturaleza o el origen del mismo.

La solicitud para el uso de esta Marca deberá acompañarse por la lista de asociados y las reglas para el uso de la Marca, y una vez obtenido el registro de la Marca, debe darse aviso al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de cualquier cambio que se produzca en la lista de asociados. Una de las características esenciales de éste tipo de Marca es que no podrá ser transmitida a terceras personas y su uso quedará Reservado a los miembros de la asociación.

2.1.6. EL USO Y EL REGISTRO COMO FUENTES DEL DERECHO A LA MARCA.

Pedro C. Breuer Moreno, al hablar de la adquisición del Derecho sobre las Marcas, señala dos sistemas que prevalecen en las distintas Legislaciones: "el Sistema Declarativo que tiene como base el uso como fuente del Derecho y el Sistema Atributivo que reconoce al registro como fuente; situaciones ambas que conceden el Derecho sobre la Marca"⁴¹.

El primer sistema tiene su origen en la legislación francesa, "*La Ley de Germinal de 1922*", la cuál contenía disposiciones novedosas resultado de la Revolución Francesa, en ella se proclamaba la libertad de comercio, se terminaron las corporaciones y por lo tanto el empleo de sus Marcas.

En dicha ley se estableció que todo fabricante que decidiera reivindicar ante los tribunales la propiedad de sus Marcas, debía hacerlas conocer en forma legal mediante el depósito de un modelo en el Tribunal de Comercio; de lo que se infiere que desde el momento en que una Marca se haya utilizado, el Derecho sobre la misma debía ser respetado. En consecuencia, en el sistema declarativo, por el simple uso se otorgaba el reconocimiento del Derecho del titular sobre sus Marcas⁴².

En algunos países, el Derecho a la Marca se obtiene a través del uso, siendo tal el caso de los Estados Unidos de América. La Suprema Corte de Justicia de ese país, ha sostenido que el Derecho a una Marca surge de su uso y no de su mera adopción; su función consiste en designar los Artículos como el producto del fabricante y proteger a su clientela contra la venta de otros productos distintos a los de él.⁴³

Se consideraba al uso como la condición para la existencia del Derecho sobre una Marca, lo que nos lleva a tomar en cuenta el valor del uso de la misma, ya que en nuestro Derecho positivo se conserva el reconocimiento que toda norma jurídica otorga a quien primero ejerce la acción de prioridad que origina el nacimiento o conservación de un Derecho.

El valor del uso de la Marca, se equipara al registro que otorga el Derecho a su uso exclusivo, ya que ambos son considerados como fuente del Derecho sobre la Marca, pero requieren para su reconocimiento, que se cumplan determinadas condiciones. En nuestro país, el registro de una Marca, es una condición primordial para que se haga valer el uso anterior; pero eso no quiere decir que la ley no reconozca intrínsecamente la validez del uso de la misma.

El uso previo de una Marca es la utilización pública y continuada de ésta, que se manifiesta en el interés de quien primero la usa; y el registro que tiene que llevarse a cabo para el reconocimiento del Derecho sobre la Marca es un requisito que sirve para

⁴¹ Pedro Breuer Moreno. *Tratado de Marca de Fábrica y de Comercio*. Robins. Buenos Aires. Argentina. p.187 y 188.

⁴² *Ibidem* p. 189

⁴³ Jaime Álvarez Soberanis. *La Regulación Jurídica de las Invencciones y Marcas y de la Transferencia de Tecnología*. Porrúa. México. 1979. p 68

comprobar la primacía de ese Derecho; en éste caso, la formalidad del registro corrobora el interés o Derecho que con anterioridad se ha hecho valer. En el caso del registro de una Marca, sin que exista previamente el uso de la misma, el registro opera como la forma de comprobar el Derecho que sobre ella se tiene.

En los Estados Unidos de América, la Marca es el resultado del desarrollo la empresa, y puede ser usada desde el momento en el que es creada; el solo uso proporciona una protección legal. Se puede obtener una mayor protección registrando la Marca, lo que implica gozar de ciertas ventajas procesales.⁴⁴

La Marca responde a la práctica comercial, al uso que de ella se haga en el mercado y por esa razón las Legislaciones reconocen que es el uso el que hace surgir el Derecho a emplearla. Aún cuando éste sistema facilita la inclusión de nuevas Marcas en el mercado, no otorga suficiente seguridad a los usuarios de las mismas.⁴⁵

El Sistema Atributivo es aquel por cual el Estado reconoce el Derecho de Propiedad sobre una Marca, mediante el registro de la misma hecho por su titular. Para otorgar el registro, el Estado tiene que llevar a cabo un examen previo para determinar si existe o no un registro anterior que Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial da el nuevo registro, la existencia de la anterioridad de una Marca es la que determinará en un momento si un registro es de concederse o no.⁴⁶

En América latina, el sistema que rige es el atributivo, es decir, sólo se otorga protección jurídica a las Marcas registradas; no obstante, en varios países, tales como Chile, Uruguay, Argentina, Colombia, Paraguay y Venezuela, se establecen excepciones, destinadas a Reservar el uso de una Marca en el país, con anterioridad a la solicitud de registro por un tercero, siendo éste el caso de México, donde la prioridad del uso se admite por la vía administrativa y reconocimiento el jurisprudencial⁴⁷

En el sistema mexicano, el primer uso de la Marca diversas consecuencias jurídicas, ya que atribuye consecuencias al uso de la Marca, independientemente de que esté registrada o no. En la Ley de la Propiedad Industrial, diversos Artículos reconocen un Derecho a quien haya usado la Marca, ya sea para estimar el uso como elemento para el nacimiento del Derecho, o bien para oponer el Derecho nacido del uso al Derecho adquirido por un tercero como consecuencia del registro de la Marca.

Para Jorge Barrera Graf, el uso y el registro son, en rigor, las fuentes de las que deriva el Derecho al uso de las Marcas, estableciendo que si bien el uso sin registro, concede una protección jurídica parcial e incompleta, el registro en cambio, otorga plenitud del Derecho con una tutela mayor a favor del propietario.⁴⁸

⁴⁴ *Ibidem* p. 69.

⁴⁵ *Idem*

⁴⁶ *Idem*

⁴⁷ *Idem*

⁴⁸ Jorge Barrera Graf *Tratado de Derecho Mercantil* Porrúa, México, 1957, p. 308.

El mismo autor considera, que en nuestro Derecho, ambos sistemas son admitidos, ya que por un lado, la Marca registrada tiene protección plena y, por el otro, el registro cede ante el uso si éste es anterior y persiste por un lapso mínimo de tres años; dicha preferencia de la Marca no registrada frente a la registrada sólo procede si aquella se regulariza mediante su registro posterior.

Stephan C. Ladas, citado por Jaime Álvarez Soberanis⁴⁹, señala que el registro se está volviendo cada vez mas la base de la propiedad de la Marca, en lugar del uso.

Cuando se reconocen los Derechos del usuario anterior, ellos están limitados por el principio de incontrovertibilidad y los nuevos desarrollos limitan o circunscriben estos Derechos del usuario previo hasta el propietario que registró la Marca posteriormente de buena fe.

La evolución de los sistemas jurídicos se inclina a favor de la tutela legal sólo cuando la Marca está registrada y en ese sentido favorece la seguridad jurídica de los titulares de las Marcas.

Podemos considerar que el hecho de ser la primera persona en usar una Marca trae como consecuencia diversos efectos jurídicos como son el reconocimiento de una prioridad en el uso de la misma, y en su caso, mejor Derecho para el registro de la Marca.

Desde el punto de vista del segundo sistema, la Marca es propiamente un bien jurídicamente tutelado, cuyo registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, otorga a su titular el Derecho exclusivo a su uso.

La Ley de la Propiedad Industrial, adopta los dos sistemas:

- Declarativo
- Atributivo, (a pesar de que el uso tiene prioridad sobre el registro mismo).

La Ley indica que el Derecho obtenido mediante el registro, no procede en contra de aquella persona que ya utilizaba una Marca igual a la que se pretenda registrar, concediendo un término de tres años a partir de la fecha de publicación en la Gaceta de la Propiedad Industrial, para ejercer ese Derecho, ya que se considera que ese tiempo es suficiente para que se haga público el Derecho sobre la Marca.

La segunda tesis se expresa en el texto del Artículo 151 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial, que establece:

"EL REGISTRO DE UNA MARCA SERÁ NULO CUANDO...

II. La Marca sea idéntica o semejante en grado de confusión, a otra que haya sido usada en el país o en el extranjero con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de la Marca registrada y se aplique a los mismos o similares productos o servicios.

⁴⁹Jaime Álvarez Soberanis. *Op Cit* p. 71

siempre que, quien haga valer mejor Derecho por uso anterior, compruebe haber usado una Marca ininterrumpidamente en el país o en el extranjero, antes de la fecha de presentación o, en su caso, de la fecha de primer uso declarado por el que la registró..."

No obstante, el carácter constitutivo del registro, se ve atemperado a través de la disposición contenida en el Artículo 113 de dicho ordenamiento que establece que.. "para obtener el registro de una Marca deberá presentarse solicitud por escrito ante el Instituto..."

La Legislación Mexicana, aún cuando establece el registro como fuente del Derecho al Uso Exclusivo de una Marca, reconoce la existencia de un Derecho a utilizar una Marca derivada de un uso previo del signo Marcario en el mercado.

2.1.7. MARCAS REGISTRABLES.

En el sistema mexicano, la protección de una Marca consiste en el Derecho de su uso exclusivo por parte de un industrial, un comerciante o un prestador de servicios, el cual se obtiene mediante el registro de la misma ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

La Ley de la Propiedad Industrial, establece el principio general que permite conocer qué signos pueden constituir una Marca, los cuales reúnen las funciones propias de la misma, así como sus caracteres esenciales y secundarios.

Pueden constituir una Marca las denominaciones y los signos visibles suficientemente distintivos y cualquier otro medio susceptible de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase; siendo también aptas para utilizarse como Marcas los nombres comerciales y las razones sociales, así como los nombres propios y las formas tridimensionales.

2.1.8. MARCAS NO REGISTRABLES.

La Ley señala a las denominaciones, figuras, formas, letras, objetos y títulos, entre otros, que expresamente considera no registrables como Marcas en virtud de que no reúnen las condiciones necesarias para su registro.

El Artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial establece que no se registrarán como Marca:

- LAS DENOMINACIONES, FIGURAS O FORMAS TRIDIMENSIONALES DINÁMICAS;
- LOS NOMBRES TÉCNICOS O DE USO COMÚN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS, ASÍ COMO AQUELLAS PALABRAS QUE EN EL LENGUAJE CORRIENTE SE HAYAN CONVERTIDO EN LA DESIGNACIÓN USUAL O GENÉRICA DE LOS MISMOS,
- LAS FORMAS TRIDIMENSIONALES DEL DOMINIO PÚBLICO O DE USO COMÚN;

•LAS QUE REPRODUZCAN SIN AUTORIZACIÓN ESCUDOS, BANDERAS O EMBLEMAS DE CUALQUIER PAÍS, ESTADO O MUNICIPIO, ASÍ COMO LAS DENOMINACIONES O SIGLAS DE ORGANIZACIONES INTERNACIONALES, GUBERNAMENTALES, NO GUBERNAMENTALES O CUALQUIER OTRA ORGANIZACIÓN RECONOCIDA OFICIALMENTE;

•LAS QUE SIN AUTORIZACIÓN IMITEN SELLOS O SIGNOS OFICIALES DE CONTROL Y GARANTÍA ADOPTADOS POR UN ESTADO, ASÍ COMO BILLETES DE BANCO, MONEDAS CONMEMORATIVAS O CUALQUIER MEDIO OFICIAL DE PAGO NACIONAL O EXTRANJERO; ETC.

El objetivo de la Ley se encuentra al señalar que no se registrarán como Marca los signos antes descritos, pretende evitar la confusión entre los consumidores respecto de ciertos productos de Marcas similares existentes en el mercado; así como prevenir el uso de signos que requieren autorización de terceros para su uso en la comercialización de los productos que los contengan.

El sistema legislativo mexicano establece que la protección al uso exclusivo de una Marca se obtiene únicamente mediante el registro de la misma ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial⁵⁰

En México, se sigue el sistema atributivo para el Derecho al Uso de una Marca, el cual consiste en atribuir protección jurídica al usuario anterior de la misma, contra el tercero que pretenda registrarla.

El uso de una Marca no puede hacerse en perjuicio de terceros, ya que hay limitaciones en cuanto al ejercicio de este Derecho, impuestas por razones de orden público, por lo que no puede decirse que el Derecho al uso que confiere el registro sea absoluto.

⁵⁰ Artículo 87. *Ley de la Propiedad Industrial*

2.1.9. EJEMPLOS DE MARCAS

Existen cuatro tipos de Marcas:

1. NOMINATIVAS

Son Marcas que permiten identificar un producto o servicio mediante una palabra o un conjunto de palabras. Su importancia radica en que se debe distinguir fonéticamente, es decir, deberán ser lo suficientemente distintivas para diferenciar los productos o servicios en el mercado de aquellos de su misma especie o clase.

Ejemplo

Muebles "EL ANGEL"

2. INNOMINADAS

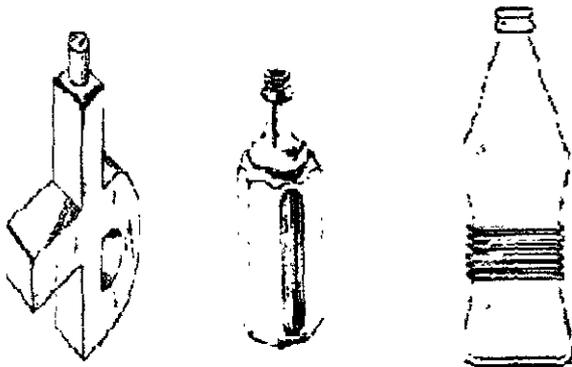
Son figuras que cumplen con la función de una Marca. Este tipo de Marca puede reconocerse visualmente pero no fonéticamente. Su peculiaridad consiste en ser símbolos, diseños, logotipos o cualquier elemento figurativo que sea distintivo.



❖ *Ejemplos de marcas inominadas*

3. TRIDIMENSIONAL

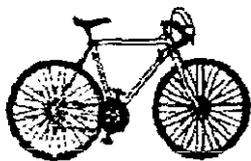
Son las Marcas que protegen cuerpos con tres dimensiones como son los envoltorios, empaques, envases, así como la forma o presentación de los productos, siempre y cuando estos sean distintivos.



❖ *Ejemplos de marcas tridimensionales*

4. MIXTAS

Es la combinación de cualquiera de los tres tipos de Marcas anteriores, por ejemplo; una palabra con un diseño o una palabra con una figura tridimensional.



Pedal Veloz



Estrella Negra



Cerveza Finita

❖ *Ejemplos de marcas mixtas*

2.2. NOMBRES COMERCIALES

2.2.1. CONCEPTO

El NOMBRE COMERCIAL corresponde al Signo Distintivo que se utiliza para identificar la empresa de una persona física o jurídica, de las demás que tienen la misma o similar actividad industrial o mercantil.

El RÓTULO DEL ESTABLECIMIENTO es la Denominación que algunos autores y Legislaciones emplean para designar al signo exterior de los locales de la negociación, como una variante del Nombre Comercial⁵¹

El RÓTULO NOMINATIVO es el que se compone del nombre del comerciante o de la sociedad, que el rótulo emblemático es el que se forma con denominaciones de fantasía.

Rodrigo Uria,⁵² dice que el rótulo es el nombre bajo el cual se da a conocer al público un establecimiento; que el registro de los rótulos presenta a las demás modalidades de la Propiedad Industrial, la especial característica de que el registro del mismo tiene efectos limitados al municipio donde está ubicado el establecimiento.

La MUESTRA DE ESTABLECIMIENTO es la expresión que también suele utilizarse como otra modalidad del Nombre Comercial, para la designación material y exterior del establecimiento mercantil. En el Derecho mexicano estuvo reglamentada por el Código de Comercio de 1884⁵³.

En la ley mexicana vigente ni la muestra ni el rótulo, que en realidad son sinónimos, se consideran como instituciones independientes del Nombre Comercial.⁵⁴

2.2.2. AFINIDAD CON LA MARCA

Si la Marca tiene por objeto distinguir productos y servicios, el Nombre Comercial tiene como finalidad diferenciar establecimientos, negociaciones y empresas, en ello radica la distinción.

2.2.3. MODO DE PROTECCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL.

La fuente del Derecho exclusivo al Nombre Comercial es el uso del signo (Artículo 105, Ley de la Propiedad Industrial), siguiendo en esto la ley mexicana el principio establecido por el Artículo 8 del Convenio de París, que dispone que el Nombre Comercial será protegido en todos los países de la Unión sin obligación de depósito o de registro.⁵⁵

⁵¹ Joaquín Garrigues. *Curso de Derecho Mercantil*. Porrúa. México. 1981. p. 255.

⁵² Rodrigo Uria. *Derecho Mercantil*. Madrid. undécima edición. 1976. p. 63

⁵³ Art. 1434. *Código de Comercio*

⁵⁴ Roberto Mantilla Molina. *Derecho Mercantil*, 19a Ed. Porrúa. México. 1979. p. III. y Jorge Barrera Graff. *Tratado de Derecho Mercantil*, volumen primero. Porrúa. México. 1957.

⁵⁵ Algunas legislaciones establecen el registro del nombre comercial, como medio de su protección. Así, el artículo 78. párrafo I de la ley 32/1988 de 10 de noviembre, de Marcas, en vigor en España desde el 12 de mayo de 1989. dispone que

Sin embargo, podrá publicarse el Nombre Comercial en la Gaceta de la Propiedad Industrial a fin de establecer una presunción de buena fe por quien adopta el signo (Artículo 106, Ley de la Propiedad Industrial). No es necesario registrar el Nombre Comercial para que éste goce de la protección legal, no es suficiente la simple adopción de un nombre distintivo de una negociación para que el Derecho al Uso Exclusivo de dicho nombre surja en favor de su propietario.

La exclusividad del Derecho sólo se reconoce si concurren estas circunstancias:

- I. QUE EL NOMBRE DE QUE SE TRATE, EFECTIVAMENTE SE ESTÉ USANDO PARA DISTINGUIR UNA NEGOCIACIÓN MERCANTIL;
- II. QUE DICHA DENOMINACIÓN SEA CONOCIDA DENTRO DE UNA ZONA GEOGRÁFICA QUE PUEDE SER DELIMITADA POR LA EXTENSIÓN DE LA CLIENTELA EFECTIVA O, EN SU CASO, EN TODA LA REPÚBLICA;
- III. QUE EL NOMBRE ADOPTADO, USADO Y CONOCIDO, YA SEA EN UNA ZONA GEOGRÁFICA DETERMINADA O EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL, TENGA CARACTERÍSTICAS PROPIAS, ORIGINALES, DE MANERA QUE DE SER USADO POR UN TERCERO PUDIERA PROVOCAR CONFUSIONES O ERRORES ENTRE EL PÚBLICO CONSUMIDOR⁵⁶
- IV. QUE EL NOMBRE QUE SE DESEA PUBLICAR NO TENGA, EN LO QUE LE SEA APLICABLE, NINGUNO DE LOS IMPEDIMENTOS LEGALES QUE EXISTEN PARA QUE UNA MARCA SEA REGISTRADA (ARTÍCULO 109, LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL).

2.2.4. PUBLICACIÓN EN LA GACETA

El Artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial establece que el Derecho al Uso Exclusivo del Nombre Comercial, se adquiere sin necesidad de su registro, la propia ley prevé la posibilidad de que el Nombre Comercial sea publicado, con lo cual se producirá el efecto de establecer la presunción de la buena fe en la adopción y uso del Nombre Comercial.

En el Sistema Mexicano, no se exige el registro del Nombre Comercial para que a su propietario se le reconozca el Derecho a su uso exclusivo; pero admite la posibilidad de que el Nombre Comercial sea publicado, atribuyendo a dicha publicación la consecuencia de establecer la presunción de que ha imperado la buena fe en la adopción y uso del Nombre Comercial.

el registro del nombre comercial en el Registro de la Propiedad Industrial. es potestativo y confiere a su titular el derecho exclusivo a utilizarlo en el tráfico económico

⁵⁶ Artículo 109. *Ley de la Propiedad Industrial*

2.2.5. REQUISITOS

Para el trámite y publicación del Nombre Comercial son aplicables, en términos generales, las mismas disposiciones que corresponden al registro de la Marca, salvo la exigencia de acompañar a la solicitud de publicación del Nombre Comercial las pruebas que acrediten el uso efectivo de la Denominación aplicada a un giro industrial o comercial⁵⁷.

Para solicitar y obtener el registro de una Marca no existe la obligación de comprobar con la solicitud de registro que la Marca ya está en uso para los productos o servicios de que se trate, para solicitar y obtener la orden de que se publique el Nombre Comercial es preciso acreditar que el nombre en cuestión ya se encuentra en uso.

La solicitud de publicación del Nombre Comercial también tiene varios puntos de semejanza, en cuanto a su tramitación, con el trámite para el registro de la Marca, en virtud de que para ser publicado debe tener elementos peculiares que permitan distinguir al establecimiento de que se trate, de otros de su mismo género, un paso importante en el trámite de la solicitud de publicación es el examen de fondo, el cual se practica a fin de determinar si existe algún Nombre Comercial idéntico o semejante en grado de confusión, aplicado al mismo giro mercantil, cuya publicación se encuentre en trámite o un Nombre Comercial ya publicado con anterioridad.

El examen de novedad tendrá por objeto investigar, asimismo, si existe una Marca registrada o en vías de registro que ampare productos o servicios iguales o similares a los que se relacionan con el principal giro de la empresa que solicita la publicación. Igualmente servirá para dejar en claro si el Nombre Comercial analizado está al margen de los impedimentos que para el registro de la Marca se consignan por la ley⁵⁸.

Así como el registro de la Marca tiene una duración de diez años, el efecto de la publicación del Nombre Comercial también tiene limitada su vigencia al mismo periodo de diez años. Del mismo modo que el registro de la Marca puede ser renovado, la publicación del Nombre Comercial también podrá serlo indefinidamente por periodos de diez⁵⁹.

La oportunidad para solicitar la renovación de la publicación del Nombre Comercial es el último semestre de cada periodo de diez años, como ocurre en las solicitudes de renovación de registros Marcarios.

La ley concede un periodo de gracia para que la solicitud de renovación del registro se presente dentro de los seis meses de vencido el término de los diez años, en el caso del Nombre Comercial la ley es omisa al respecto, por lo que se concluye que dicho plazo de gracia no opera para quienes, por morosidad o por inadvertencia, no solicitan la renovación de la publicación del Nombre Comercial durante los últimos seis meses que preceden al transcurso del plazo de diez años.

⁵⁷ Artículo 107. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁵⁸ Artículos 108 y 109. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁵⁹ Artículo 110. *Ley de la Propiedad Industrial*

La parte final del Artículo 110 de la Ley de la Propiedad Industrial, de un modo expreso sanciona la falta de renovación del Nombre Comercial con la cesación de los efectos de la publicación.

2.2.6. DERECHOS DEL TITULAR

Por lo que respecta a los Derechos del titular del Nombre Comercial, la ley no señala ninguno de modo expreso y específico, salvo el de carácter genérico relativo a su uso exclusivo por el titular. El Artículo 112 de la Ley de la Propiedad Industrial establece que el Nombre Comercial se registrará en lo que sea aplicable y no haya disposición especial, por las reglas que se refieren a las Marcas.

En consecuencia, el titular de un Nombre Comercial protegido legalmente, tiene las siguientes prerrogativas:

- a) La facultad de transmitirlo con el establecimiento identificado con dicho Signo Distintivo, a menos que se estipule lo contrario ⁶⁰
- b) El Derecho de impedir que, sin su consentimiento, un tercero use el mismo Nombre Comercial o uno semejante en grado de posibilidad de confusión, para amparar un establecimiento industrial, comercial o de servicios del mismo o similar giro ⁶¹

La usurpación que se realizaba por la adopción del mismo Nombre Comercial era castigada como delito en la ley abrogada, en tanto que el uso indebido de un Nombre Comercial imitador del protegido, se sancionaba como infracción administrativa.

La Ley de la Propiedad Industrial establece que ambas formas de usurpación son sancionadas como infracciones administrativas de acuerdo con el mencionado Artículo 213, fracción XVII, en relación con lo dispuesto por el Artículo 214 de la Ley de la Propiedad Industrial;

- c) El titular del Nombre Comercial protegido, también puede solicitar que se declare nulo el registro de una Marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión.

Esta nulidad se apoya en los Artículos 151 fracción 1 y 155, en relación con el Artículo 90 fracción XVII, de la Ley de la Propiedad Industrial;

- d) El titular del Nombre Comercial también puede conceder licencias y franquicias de su Signo Distintivo.

Las obligaciones del dueño del Nombre Comercial, son, en lo que sean aplicables, las establecidas en relación con las Marcas ⁶².

⁶⁰ Artículo 111. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁶¹ Artículo 213. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁶² Artículo 212. *Ley de la Propiedad Industrial*

2.2.7. EJEMPLOS

Es cualquier Denominación que sirve para distinguir una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios, dentro de la zona geográfica donde está establecida su clientela efectiva. Tanto el Nombre Comercial como el Derecho a su uso exclusivo estarán protegidos sin necesidad de registro.

No obstante, quien esté utilizando un Nombre Comercial puede solicitar al Instituto la publicación del mismo en la Gaceta, lo cual producirá el efecto de establecer la presunción de la buena fe en la adopción y uso del Nombre Comercial.

ZAPATERIA
"LA IDEA VERDE"

WAL★MART
MEXICO

 **Liverpool**
liverpool.com.mx

ColumbiHaw

NINE WEST

❖ *Ejemplos de Nombres Comerciales*

2.3. ANUNCIOS O AVISOS COMERCIALES

2.3.1. CONCEPTO

El Aviso Comercial es el texto del anuncio publicitario, el slogan comercial con el que se dan a conocer al público, para efectos de su propaganda, los tres signos identificadores de mercancías, servicios y establecimientos comerciales.

La Marca distingue mercancías y servicios; el Nombre Comercial, rótulo o muestra, identifica establecimientos industriales y comerciales; la Denominación de Origen identifica productos procedentes de cierto y determinado lugar geográfico, sin perjuicio de que cada productor los distinga entre sí con su propia Marca.

El Aviso Comercial guarda las originales frases publicitarias que forman la literatura de que se valen los medios de comunicación para difundir las Marcas, los nombres comerciales y las Denominaciones de Origen.

El Aviso Comercial, conocido como anuncio comercial, no está incluido entre los objetos de la protección de la Propiedad Industrial por el Convenio de París.

Se puede formular un concepto del Aviso Comercial, si se acude al Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal de 29 de noviembre de 1976⁶³ que en su Artículo 60. define al Anuncio:

ANUNCIO:

ES TODO MEDIO DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN O PUBLICIDAD QUE INDIQUE, SEÑALE, EXPRESE, MUESTRE O DIFUNDA AL PÚBLICO CUALQUIER MENSAJE RELACIONADO CON LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE BIENES, CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS Y CON EL EJERCICIO LÍCITO DE ACTIVIDADES PROFESIONALES, CULTURALES, INDUSTRIALES O MERCANTILES”.

2.3.2. CLASIFICACIÓN DE LOS ANUNCIOS O AVISOS COMERCIALES

El mismo reglamento contiene una clasificación de los anuncios:

I. ATENDIENDO AL LUGAR EN QUE SE COLOQUEN: fachadas, escaparates, marquesinas, etcétera ⁶⁴

II. ATENDIENDO A SU DURACIÓN:

⁶³ DOF de 30 de noviembre de 1976. Abrogado por el Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal de 19 de agosto de 1988 (DOF de 2 de septiembre de 1988), pero la definición del anuncio dada en el artículo 10 citado, se conserva por el artículo 2o. fracción IX del nuevo reglamento.

⁶⁴ Artículo 19, *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

A) *Transitorios*: los que tienen un carácter transitorio como la propaganda impresa,

B) *Permanentes*: los pintados en predios, muros, bardas ⁶⁵

III. POR SUS FINES, se clasifican en:

A) *Denominativos*: los que sólo contengan el nombre, Razón Social o actividad a que se dedique la persona física o moral de que se trate, o que sirvan para identificar una negociación o un producto, como los logotipos ⁶⁶

B) *De propaganda*: los que se refieren a Marcas, productos, servicios o actividades análogas para promover su venta, uso o consumo ⁶⁷

MIXTOS, los que contengan como elementos del mensaje publicitario los elementos comprendidos en anuncios denominativos y de propaganda ⁶⁸

El Aviso Comercial, como Signo Distintivo, fue incorporado por primera vez en México dentro de las normas protectoras de la Propiedad Industrial, en la Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales del 26 de junio de 1928.

Dicho ordenamiento establece que, quien para anunciar al público un comercio, negociación o efectos, hiciere uso de avisos con originalidad que fácilmente los distinguiese de los de sus especies, podía adquirir el Derecho exclusivo de seguirlos usando, así como el Derecho de impedir el uso por terceros, de avisos iguales o semejantes, al grado de que al primer golpe de vista se confundieran en su conjunto ⁶⁹

La protección del aviso se alcanzaba mediante su registro, el cual producía efectos durante quince años, al vencimiento de cuyo plazo el Aviso Comercial caía bajo el dominio público ⁷⁰

Ley de 1942. La Ley de la Propiedad Industrial del 30 de diciembre de 1942 reprodujo en su Artículo 209 la disposición de la ley de 1928, relativa al reconocimiento del Derecho exclusivo de uso de avisos comerciales que fuesen registrados.

La variante de esta nueva ley consistió únicamente en reducir los efectos del registro a un plazo de diez años. La deficiente reglamentación del Aviso Comercial de la empresa, pudo subsanarse mediante el proyecto de esta nueva ley, pero no ocurrió así.

La Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial de 1991 conservó sustancialmente en el capítulo III del título cuarto la reglamentación de este Signo Distintivo establecida en la ley anterior.

⁶⁵ Artículo 20. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

⁶⁶ Artículo 21 Frac. I. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

⁶⁷ Artículo 21 Frac. II. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

⁶⁸ Artículo 21 Frac. II. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

⁶⁹ Artículo 57. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

⁷⁰ Artículo 58. *Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal*

En las reformas de 1994 sólo se introdujo como novedad la inclusión expresa de infracciones administrativas al Aviso Comercial protegido.

Con mejor técnica, la vigente ley proporciona de modo expreso el concepto de este Signo Distintivo diciendo que se considera Aviso Comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie ⁷¹

El Derecho exclusivo para usar un Aviso Comercial se obtendrá mediante su registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ⁷²

Igual que la ley anterior a la vigente, ésta señala un plazo de diez años para la vigencia del registro del Aviso Comercial, pero a diferencia de aquélla, la cual no admitía prórroga, la ley actual dispone que el registro podrá renovarse por periodos de diez años también ⁷³

La prerrogativa que confiere el registro del Aviso Comercial, salvo la del Derecho a su uso exclusivo por su titular, no se menciona expresamente por la ley, la cual indica que estos Signos Distintivos se registrarán, a falta de disposición especial, por lo establecido en materia de Marcas. De este modo se debe concluir que el registro es transmisible a terceros y que también su titular podrá conceder licencias de uso.

Esta última prerrogativa se confirma al definirse como infracción administrativa el uso de un Aviso Comercial registrado o semejante en grado de confusión, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva ⁷⁴

El plazo original de diez años de vigencia es renovable, de donde resulta que la primera razón para que desaparezcan los efectos jurídicos del registro es que el mismo no sea renovado, o sea, por el vencimiento del plazo.

En relación con su nulidad, podrá ejercitarse tal acción si en el otorgamiento imperó alguna de las prohibiciones relativas al registro de las Marcas. Las limitaciones para elegir un Aviso Comercial provienen de las disposiciones sobre Propiedad Industrial y de las que pertenecen a otros ordenamientos legales.

Antes de adoptar el texto de un anuncio comercial, sea para registrarlo como aviso o bien para su simple uso, es conveniente que se atienda a lo que disponen dichas leyes.

El registro de los avisos comerciales se regirá por las reglas establecidas en relación con las Marcas, lo que significa que la libertad para elegir un aviso o anuncio comercial tendrá, la limitación que el Artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial señala para el

⁷¹ Artículo 100. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷² Artículo 99. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷³ Artículo 103. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷⁴ Artículo 104 y 213 Frac. XVI. *Ley de la Propiedad Industrial*

registro de los signos Marcarios.

No deberá registrarse un Aviso Comercial consistente en denominaciones susceptibles de engañar al público o inducir a error, por constituir falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos, servicios o establecimientos que pretendan anunciarse⁷⁵

Tampoco deberá admitirse el registro, como Aviso Comercial, cuando su contenido sea contrario al orden público, a la moral y a las buenas costumbres⁷⁶

El Artículo 4o. de la Ley de la Propiedad Industrial que también prohíbe el registro de avisos comerciales que contravengan cualquier disposición legal, en la elección de estos Signos Distintivos también conviene tener presentes algunas disposiciones del Reglamento de Anuncios para el Distrito Federal, como la referente a que el contenido y mensaje de los anuncios deberá ser veraz, por lo que se evitará toda publicidad engañosa sobre bienes y servicios que pueda atraer erróneamente al público⁷⁷ o la que reitera que queda prohibida toda publicidad cuyo contenido sea contrario a la moral o a las buenas costumbres⁷⁸

El texto de los anuncios deberá redactarse en idioma castellano, salvo que se trate de nombres propios de productos, Marcas o nombres comerciales en lengua extranjera, que ya estén registrados en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial o, antes de 1994, en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

La parte final del Artículo 4o. de la Ley de la Propiedad Industrial, establece que es importante que quien usa un Aviso Comercial y pretende registrarlo, tenga en cuenta las reglas de otro ordenamiento legal cuyos objetivos tienen algo en común con la reglamentación de la Propiedad Industrial y de la publicidad, ya sea para evitar la competencia desleal, o bien para impedir que los consumidores sean víctimas de un engaño provocado por los mensajes publicitarios.

La Ley Federal de Protección al Consumidor de 1992,⁷⁹ que entre sus objetivos persigue la protección contra la publicidad engañosa y abusiva (Artículo 20., frac. VII) y que en el Artículo 32 decreta que la información o publicidad relativa a bienes o servicios que se difundan por cualquier medio o forma, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error o confusión, por su inexactitud.

Ordena que la publicidad de productos tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, se expresará en idioma español y su precio en moneda nacional en

⁷⁵ Artículo 213 frac. XIV.- Las denominaciones. Figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar, *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷⁶ Artículo 4. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷⁷ Artículo 5º, Reglamento de la *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷⁸ Artículo 7. Reglamento de la *Ley de la Propiedad Industrial*

⁷⁹ *Diario Oficial de la Federación* de 24 de diciembre de 1992

términos comprensibles y conforme al sistema general de unidades de medida, sin perjuicio de que simultáneamente se expresen en otro idioma u otro sistema métrico.

El incumplimiento de las citadas disposiciones dará lugar a la imposición de sanciones administrativas.

La Procuraduría Federal del Consumidor podrá ordenar al proveedor que suspenda la publicidad que viole las disposiciones de la ley y que se realice la publicidad correctiva en la forma en que se estime suficiente.

El Artículo 4o. de la Ley de la Propiedad Industrial establece que será aplicable la Ley General de Salud (publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 7 de febrero de 1984, modificada por última vez el 14 de junio de 1991), que con el fin de proteger la salud pública faculta a la Secretaría de Salud para que autorice la publicidad que se refiere a los productos y servicios reglamentados por dicha ley⁸⁰

Es así, como señala las normas sobre la publicidad, entre las cuales destaca la que establece que la información contenida en el mensaje publicitario sobre calidad, origen, propiedades nutritivas y beneficios de empleo, deberá ser comprobable.⁸¹

2.3.3. EJEMPLOS

El Aviso Comercial, como antes se mencionó, es el texto del anuncio publicitario, el slogan comercial con el que se dan a conocer al público, para efectos de su propaganda, los tres signos identificadores de mercancías, servicios y establecimientos comerciales, encierra frases publicitarias que originales, forman la literatura de que se valen los medios de comunicación para difundir las Marcas, los nombres comerciales y las Denominaciones de Origen.

A continuación se mencionarán algunos ejemplos:



(Es parte de tu vida)



(Soy totalmente Palacio)



(Recuerdame)

(A que no puedes comer solo una)

(Scribe es como tû)

⁸⁰ Artículo 300. *Ley General de Salud*

⁸¹ Artículo 307. *Ley General de Salud*

2.4.DENOMINACIONES DE ORIGEN

2.4.1. CONCEPTO

Se entiende por Denominación de Origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y humanos.

Dentro de los elementos que forman la Propiedad Industrial, existen otros Signos Distintivos conocidos como nominaciones de origen", las cuales están constituidas por los nombres geográficos de un país, región o lugar concreto y que se han convertido en designación de un producto originario de esa región geográfica, cuyas características y cualidades especiales respecto de otros productos de su misma especie, se deben exclusiva o esencialmente al medio ambiente geográfico, con inclusión de factores naturales y humanos, estos Signos Distintivos son también indicaciones de procedencia de estos productos.

La Ley de la Propiedad Industrial define el concepto de la Denominación de Origen conforme a lo siguiente:

"SE ENTIENDE POR DENOMINACIÓN DE ORIGEN, EL NOMBRE DE UNA REGIÓN GEOGRÁFICA DEL PAÍS. QUE SIRVA PARA DESIGNAR UN PRODUCTO ORIGINARIO DE LA MISMA, Y CUYA CALIDAD O CARACTERÍSTICAS SE DEBAN EXCLUSIVAMENTE AL MEDIO GEOGRÁFICO, COMPRENDIENDO EN ESTE LOS FACTORES NATURALES Y LOS HUMANOS".

De la definición anterior podemos establecer tres elementos principales que pueden constituir una Denominación de Origen:

1. el nombre de una región geográfica;
2. que con dicho nombre se designe un producto originario de esa región geográfica
3. que las características y cualidades del producto se deban exclusivamente al medio geográfico.

Respecto de la última parte del concepto de Denominación de Origen que se refiere a los factores naturales y humanos, a efecto de ejemplificar cuales pudieran ser estos factores, mencionaremos los siguientes:

FACTORES NATURALES

- a. las características y composición del suelo
- b. temperatura
- c. humedad
- d. altitud sobre el nivel del mar
- e. clima

FACTORES HUMANOS

- a. Tradición y costumbre.
- b. Especialización en un determinado arte u oficio.
- c. Utilización de procesos especiales.
- d. Protección de la Denominación de Origen.

La protección de una Denominación de Origen se inicia por medio de la declaración que para este efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial conteniéndose en esta declaración los elementos y condiciones que la constituyen y motivan.

•Así mismo el estado mexicano será el titular de la Denominación de Origen protegida de conformidad con las disposiciones establecidas por la Ley de la Propiedad Industrial y corresponde al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, de acuerdo con las facultades que le confiere la ley de la materia, autorizar el uso de las Denominaciones de Origen protegidas, mediante la declaración correspondiente.

El uso de una Denominación de Origen sin la autorización correspondiente se considera un ilícito incluyendo los casos en que la Denominación de Origen se acompañe de indicaciones tales como género, tipo, manera, imitación u otras que tiendan a confundir a los consumidores o impliquen competencia desleal.

Las Denominaciones de Origen pueden aplicarse a diversos productos, tales como productos agrícolas, artesanales e industriales, transmitiéndoles información muy importante respecto de su origen geográfico y sobre su calidad y sus características inherentes, orientando a los consumidores de estos productos en sus decisiones de compra.

Siendo las Denominaciones de Origen Signos Distintivos especiales que indican y garantizan la procedencia y las características singulares de los productos que designan, requieren de un reconocimiento y protección legal en interés de los productores o fabricantes de estos productos, permitiéndoles el uso colectivo de esa Denominación e Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial concediendo el uso indebido de la misma por parte de terceros.

La protección legal de las Denominaciones de Origen y su alcance, interesa también a los consumidores y al fomento de las prácticas comerciales honestas, por lo que el alcance de la protección debe ser relativamente amplio, estableciendo como ilícito el empleo directo o indirecto de denominaciones de origen falsas o susceptibles de inducir a error a los consumidores en cuanto a la procedencia geográfica o a la naturaleza o características de los productos.

En países donde no se encuentran reconocidas legalmente las Denominaciones de Origen, se les ha dado la designación de "indicaciones de procedencia". sin embargo, es conveniente señalar que las Denominaciones de Origen y las indicaciones de procedencia tienen funciones específicas y características diferentes. Una indicación de procedencia puede ser todo signo, expresión o Denominación que indique, directa o indirectamente que

un producto proviene de un país, región o lugar determinado, por ejemplo:

EL EMBLEMA DE UN PAÍS CON LA LEYENDA, "HECHO EN..." "ACÁMBARO", PARA INDICAR LA PROCEDENCIA DE PAN.

Las Denominaciones de Origen están siempre constituidas por nombres geográficos, además de que tienen también la función de indicar las cualidades o características que le confiere la zona geográfica de la que proviene un producto en particular, por ejemplo: Cognac y Tequila

Conforme a lo anterior, podemos considerar que todas las Denominaciones de Origen son indicaciones de procedencia, pero no todas las indicaciones de procedencia pueden ser Denominaciones de Origen.

El reconocimiento y protección legal de las Denominaciones de origen en el plano nacional e Internacional, puede considerarse como otro aspecto particular de la protección a la Propiedad Industrial contra de la competencia desleal.

2.4.2. DECLARATORIA DE PROTECCIÓN

La Declaratoria de Protección de una Denominación de Origen se hará de oficio, es decir, por iniciativa del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, o a petición de quien acredite tener interés jurídico que para este efecto, se entiende que pueden ser personas físicas o morales que se dediquen directamente a la producción o elaboración del producto o productos que se pretenden proteger con la Denominación de Origen; las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores y las dependencias o entidades del gobierno federal y de los gobiernos de las entidades de la federación.

2.4.3. SOLICITUD DE DECLARACIÓN SOBRE PROTECCIÓN DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

En el caso de que el trámite sea iniciado a petición de quien demuestre tener interés jurídico, deberá presentarse una solicitud por escrito y a la que deberán acompañarse los documentos y constancias que sirvan de soporte a la solicitud respectiva. esta solicitud deberá señalar:

A) el nombre, domicilio y la nacionalidad del solicitante, en el caso de persona moral, deberá señalarse la naturaleza y las actividades a que se dedica.

B) indicar y acreditar el interés jurídico del solicitante.

C) mencionar la Denominación de Origen objeto de la Solicitud.

D) establecer una descripción detallada de los productos que pretenden protegerse con la Denominación de Origen, atendiendo a sus características y componentes; formas de

extracción, procesos de elaboración y producción. Asimismo, deberán señalarse las normas oficiales establecidas por la secretaría de comercio y fomento industrial a que se sujeta el producto así como los modos de empaque, embalaje o envasamiento.

E) determinar el lugar o los lugares de extracción, producción o elaboración del producto delimitando el territorio de origen conforme a los caracteres geográficos y atendiendo a las divisiones políticas.

F) mencionar y detallar los vínculos que existen entre la Denominación de Origen, el producto y el territorio.

G) los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.

Es necesario que el solicitante demuestre ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial que se cumplen cada uno de los extremos determinados por el concepto que define la Denominación de Origen.

De esta manera se da inicio al procedimiento para declarar o para resolver sobre la protección o no de una Denominación de Origen.

2.4.4. TRAMITES DE LA SOLICITUD

El nacimiento de la Denominación de Origen ocurre con la declaración de protección que debe ser hecha por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, de oficio o a petición de quien demuestre tener interés jurídico⁸².

Para que este signo obtenga la protección internacional conforme al Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional, dicho instituto, por conducto de la Secretaría de Relaciones Exteriores tramitará el registro correspondiente⁸³.

La vigencia de la declaración de protección de la Denominación de Origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto que la revoque⁸⁴.

Los términos de la declaración de protección podrán ser modificados en cualquier tiempo, de oficio o a petición de parte interesada, a condición de que sean señaladas con detalle las modificaciones que se piden y las causas que las motivan⁸⁵.

Una vez que la solicitud es recibida en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial se efectuará un examen de la información de los documentos presentados o aportados a efecto de establecer el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley

⁸² Artículos 158-164 de la Ley de la Propiedad Industrial

⁸³ Artículo 168 de la Ley de la Propiedad Industrial

⁸⁴ Artículo 165 de la Ley de la Propiedad Industrial

⁸⁵ Artículo 166 de la Ley de la Propiedad Industrial

de la Propiedad Industrial. en el caso de que los documentos presentados no cumplan los requisitos legales o sean insuficientes para la comprensión y el análisis de la solicitud a juicio del instituto. se emitirá un requerimiento al solicitante o se requerirá que haga las aclaraciones o adiciones necesarias a su petición, concediéndole para este efecto un plazo de dos meses. En caso de que el solicitante no de cumplimiento a lo requerido por el instituto en el tiempo y forma señalados, se tendrá por abandonada la solicitud respectiva.

Sin embargo, el instituto podrá continuar de oficio la tramitación del procedimiento si lo considera pertinente.

Si la solicitud planteada cubre los requisitos establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial, y en su caso se da cumplimiento a los requerimientos que pudiera formular el instituto, se procederá a publicar en el diario oficial de la federación, un extracto de la solicitud presentada. en el caso de que el procedimiento se haya iniciado de oficio, el extracto de la solicitud deberá contener la mención de la Denominación de Origen, de la descripción del producto o productos que pretenden protegerse, y del señalamiento de los vínculos entre la Denominación, producto y territorio.

El objeto de la publicación de un extracto de la solicitud para declarar la protección de una Denominación de Origen tiene la finalidad de que terceros que acrediten su interés jurídico puedan formular objeciones u observaciones y en su caso aportar pruebas a efecto de que la autoridad cuente con más elementos de juicio para dictar la resolución que proceda.

Pruebas de todo tipo podrán ser admitidas excepto la confesional y la testimonial. las pruebas periciales las desahogara el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial o quien sea designado por éste. Antes de que el instituto dicte la resolución que proceda, puede allegarse de los documentos pertinentes y realizar las investigaciones que considere necesarias.

Una vez que haya transcurrido el plazo para formular objeciones y aportar pruebas, se hayan efectuado los estudios necesarios y desahogado las pruebas respectivas, el instituto dictará la resolución que corresponda. Esta podrá ser en el sentido de no declarar la protección de la Denominación de Origen, sin embargo, en el caso de que el instituto resuelva conceder la protección solicitada se emitirá la declaratoria de protección correspondiente, en la que se determinarán en definitiva los elementos y requisitos que la constituyen, publicándose la misma en el diario oficial de la federación.

2.4.5. VIGENCIA DE LA PROTECCION

La vigencia de la protección de una Denominación de Origen se encuentra determinada por las condiciones y requisitos que la motivaron, es decir, que, mientras no exista una modificación de dichas condiciones la vigencia continuará por tiempo indefinido. Las condiciones que determinaron la protección podrían variar de tal manera que la Denominación de Origen se convirtiera en la designación usual de algún producto debido a su empleo general y continuo y que en un momento dado se convirtiera la

Denominación de Origen en una Denominación genérica que sólo designará la calidad y la categoría particular de algún producto como por ejemplo "queso Oaxaca", que actualmente se considera una clase particular de queso sin que en ningún momento implique que el producto necesariamente provenga del estado o la ciudad de Oaxaca.

2.4.6. USUARIOS AUTORIZADOS

El titular de la Denominación de Origen protegida conforme a la declaración correspondiente hecha por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, es el Estado mexicano.⁸⁶

* Para poder usar lícitamente una Denominación de Origen protegida es menester contar con una autorización, la cual es susceptible de ser otorgada por el Instituto tanto a una persona física como a una persona moral que satisfaga los requisitos señalados por la ley de la materia⁸⁷.

La normatividad de quien tiene el carácter de usuario autorizado o usuario registrado de la Denominación de Origen es básicamente la siguiente:

- a) los efectos de la autorización para usar la Denominación de Origen duran diez años, contados a partir de la fecha de la solicitud en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial Este plazo es renovable por periodos también de diez años;
- b) el usuario autorizado está facultado para transmitir la autorización de uso de que es titular, siempre que el nuevo usuario cumpla los mismos requisitos que a él le fueron exigidos para la obtención del Derecho⁸⁸
- c) el usuario autorizado también está facultado a permitir el uso de la Denominación de Origen mediante convenio, que, para surtir efectos, deberá ser autorizado por el
- d) Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial⁸⁹
- e) en cuanto a sus obligaciones, el usuario autorizado debe usar la Denominación de Origen tal y como aparezca protegida en la declaración también tiene la obligación de inscribir en el instituto el documento donde conste la trasmisión de su Derecho de usuario, como el Convenio celebrado con el subusuario autorizado⁹⁰
- f) el modo de concluir la autorización de usuario de la Denominación de Origen se produce por nulidad, cuando la autorización fue otorgada en contravención a la Ley de la Propiedad Industrial, cuando se otorgó con base en información y documentación falsas; por cancelación porque la Denominación de Origen se usa en

⁸⁶ Artículo 167. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁸⁷ Artículo 169- 171. *Ley de la Propiedad Industrial*

⁸⁸ Artículo 174 *Ley de la Propiedad Industrial*

⁸⁹ Artículo 175 *Ley de la Propiedad Industrial*

⁹⁰ Artículo 173- 175 *Ley de la Propiedad Industrial*

forma diferente a la establecida en la declaración de protección, y por la terminación del plazo de vigencia de la autorización. Dichas formas de perder los efectos de la Denominación de Origen serán declaradas por el Instituto, ya sea de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal⁹¹

Para obtener la autorización de uso, es necesario solicitarla ante el instituto por persona física o moral que cumpla con los requisitos establecidos por la ley entre los cuales se establece que el solicitante deberá dedicarse directamente a la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por la Denominación de Origen, que realice la actividad dentro del territorio determinado en la declaración y que cumpla con las normas oficiales establecidas.

Una vez efectuada la solicitud el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial realizará un examen de los datos y documentos aportados y en su caso se procederá al otorgamiento.

La vigencia de la autorización de uso es de diez años a partir de la fecha de presentación de la solicitud, renovables por períodos iguales

El usuario de una Denominación de Origen está obligado a usarla tal y como aparezca protegida en la declaración ya que de no hacerlo procedería la cancelación de la autorización.

El usuario autorizado de una Denominación de Origen puede transmitir su Derecho a otro usuario, previa comprobación de que éste también cumple con las condiciones y requisitos establecidos para obtener el Derecho a usar la Denominación de Origen.

También puede mediante convenio permitir el uso de la Denominación a quienes distribuyan o vendan los productos de sus Marcas. dicho convenio será sancionado por el instituto.

En relación con lo anterior, el convenio mencionado debe contener una cláusula que establezca la obligación del comercializador o distribuidor de cumplir con las normas oficiales vigentes y con las disposiciones contenidas en la declaración de protección correspondiente.

En la actualidad, sólo han sido sancionados e inscrito este tipo de convenios en relación con la Denominación de Origen "Tequila", en los que se involucra la venta de esta bebida a granel y envasada de origen.

Cabe destacar que existen en el mercado internacional mayor cantidad de Marcas registradas que corresponden a distribuidores, que las Marcas que corresponden a los productores de Tequila. La autorización de uso puede dejar de surtir efectos por nulidad, cancelación o por terminación de su vigencia.

⁹¹ Artículo 176. *Ley de la Propiedad Industrial*

2.4.7. REGIMEN INTERNACIONAL Y ARREGLO DE LISBOA

La protección de las Denominaciones de Origen en el marco jurídico internacional se encuentra prevista en el arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional, del cual México forma parte, mismo que fue publicado en el diario oficial de la federación el día 11 de julio de 1964.

Las disposiciones de este acuerdo también se refieren a la protección en México, de las Denominaciones de Origen extranjeras. por su parte la Ley de la Propiedad Industrial establece que las Denominaciones de Origen protegidas mediante la declaración de protección correspondiente, podrán obtener su reconocimiento en el extranjero mediante el trámite de registro que será realizado por conducto de la secretaría de relaciones exteriores.

A este respecto el Artículo 5 del arreglo de Lisboa señala que el registro de las Denominaciones de Origen se efectuará ante la oficina internacional para la protección de la propiedad industrial, a petición de las administraciones de los países de la unión. la oficina internacional notificará a las administraciones de los países miembros de este arreglo con el objeto de que éstos últimos puedan asegurar la protección de la Denominación de Origen cuyo registro les ha sido notificado o en su caso declarar que no pueden asegurar dicha protección.

En cualquiera de los casos la determinación deberá ser notificada a la oficina internacional señalando los motivos de la resolución.

La notificación deberá efectuarse ante la oficina internacional dentro del año siguiente al que se haya notificado la existencia de un registro, esto es para todos los casos. Transcurrido el plazo referido anteriormente las administraciones de los países de la unión deberán proteger la Denominación de Origen.

El arreglo también establece que la oficina internacional comunicará a la administración del país de origen cualquier declaración hecha por algún país de la unión en la que se haya determinado no poder proteger la Denominación de Origen, a efecto de que el titular de la Denominación de Origen efectúe las acciones y recursos judiciales o administrativos tendientes a obtener la protección de la Denominación de Origen en ese país.

Si una Denominación de Origen ha sido admitida a la protección en un país previa notificación de su registro internacional y se haya estado utilizando por terceros en dicho país, en una fecha anterior a la notificación de registro internacional, la administración competente de dicho país tendrá la facultad de conceder a tales terceros un plazo que no excederá de dos años, para dejar de usar la Denominación de Origen respectiva.

El reconocimiento y protección que otorga el arreglo de Lisboa a la Denominación de Origen previo el registro internacional, se encuentra con algunas limitaciones, una de ellas es el hecho de que al primero de marzo de 1999, únicamente forman parte del arreglo de Lisboa 18 países, mismos que se mencionan a continuación:

ARGELIA	HAITÍ
BULGARIA	HUNGRÍA
BURKINA FASO	ISRAEL
CONGO	ITALIA
COSTA RICA	MÉXICO.
CUBA	PORTUGAL
REPÚBLICA CHECA	ESLOVAQUIA
FRANCIA	TOGO
GABÓN	TUNISIA
YUGOSLAVIA	REPUBLICA DE MOLDOVA

En virtud de que solo algunos países reconocen y protegen la figura de las Denominaciones de Origen los tratados bilaterales desempeñan también una función importante en la protección internacional de las protecciones de origen ya que suelen ser mas específicos que los tratados multilaterales, un ejemplo de ellos puede ser el "acuerdo entre los estados unidos mexicanos y la comunidad europea sobre el reconocimiento mutuo y la protección de las denominaciones en el sector de las bebidas espirituosas".

Este acuerdo fue publicado en el diario oficial de la federación el 21 de julio de 1997, dentro del cual se protegen o se reconocen como bebidas originarias de México, el Tequila y el mezcal.

Cabe señalar que México cuenta en la actualidad con siete Denominaciones de Origen protegidas dentro del territorio nacional y mediante el registro ante la oficina internacional que administra el arreglo de Lisboa para la protección de las Denominaciones de Origen las cuales son:

- TEQUILA (17-DIC-1974),
- TALAVERA (CERÁMICA DE PUEBLA, 17-MAR-1995),
- OLINALÁ (ARTESANÍA DE MADERA, 28-NOV-1994),
- MEZCAL(28- NOV-1994),
- BACANORA (06-NOV-2000),
- AMBAR DE CHIAPAS (15-NOV- 2000),
- Café de Veracruz (15-nov-2000).

2.4.8. EJEMPLOS DE DENOMINACIONES DE ORIGEN MEXICANAS

Como antes se mencionó, la Denominación de Origen es el Signo Distintivo consistente en el nombre de un lugar geográfico con el que se identifican las mercancías que tienen similares propiedades derivadas de los elementos naturales propios de dicha región geográfica, como clima, tierra y agua, así como de la técnica, destreza, habilidad y tradición artesanal de quienes habitan la propia región, para producirlas.⁹²

Como algunos ejemplos de Denominaciones de Origen Mexicanas, podemos mencionar las siguientes:

A) TEQUILA

El resultado de una solicitud de la Dirección General de Normas de la Secretaría de Industria y Comercio y de otras solicitudes formuladas por Tequila Herradura, S. A. y la Cámara Regional de la Industria Tequilera de la ciudad de Guadalajara, dicha Secretaría pronunció la Declaración general de protección para la Denominación de Origen del nombre Tequila (Resolución de 22 de noviembre de 1974).⁹³

La palabra Tequila sólo podrá aplicarse al aguardiente regional del mismo nombre, a que se refiere la norma oficial de calidad establecida por la Dirección General de Normas, debiendo ser las características y componentes del producto y el procedimiento para su elaboración, los que se fijen en dicha norma de calidad.

Se establece como territorio de origen el comprendido en cuarenta y tres municipios pertenecientes a los estados de Jalisco, Guanajuato, Michoacán y Nayarit.

Con posterioridad, y ante la solicitud de 20 de septiembre de 1976, formulada por "Tequilera, La Gonzaleña", S. A. para que fuese ampliado el territorio de origen al estado de Tamaulipas, y considerando asimismo:

- a) que los industriales del estado de Jalisco promovieron el cultivo del agave en el estado de Tamaulipas;
- b) que los agaves cultivados en la zona de dicho estado cumplen con los requisitos de calidad establecidos por la norma respectiva;
- c) que es necesario contar con un mayor volumen de materia prima para producir Tequila a fin de satisfacer la demanda del producto en el extranjero, y
- d) evitar el uso de azúcares distintos al del agave en su elaboración, se dictó una segunda Declaración general de protección a la Denominación de Origen Tequila, que dejó sin efecto la anterior.⁹⁴

⁹² David Rangel Medina. *La Propiedad Intelectual. Revista trimestral de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual*. El Nuevo Régimen de las Denominaciones de Origen en México, año VI, núm. 2. Ginebra. 1973. pp. 60-75.

⁹³ DOF de 9 de diciembre de 1974.

⁹⁴ La nueva resolución se publicó en el DOF de 13 de octubre de 1977.

Conforme a esta segunda declaración, que es la vigente, el territorio de origen es el comprendido en los cuarenta y tres municipios señalados en la primera declaración, ampliado a once municipios más del estado de Tamaulipas.

En los últimos 30 años el Tequila ha pasado de ser una bebida regional a una bebida de aceptación nacional, a ser una de las bebidas con mayor reconocimiento y crecimiento en los mercados de Exportación (principalmente a los Estados Unidos y a Europa).

A raíz de la globalización de la Economía Mundial, surge el interés del Gobierno Mexicano de transferir al Sector Privado funciones que venía desempeñando de Normalización, Verificación y Certificación de la calidad de productos y servicios, siendo el Tequila uno de ellos (tomando como ejemplo, las Denominaciones de Origen europeas: Jerez, Champaña y Cognac).

La nueva Ley Federal de Metrología y Normalización, publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 1o de Julio de 1992, permite y promueve que organismos de el Sector Privado participen y se responsabilicen de las labores de certificación del cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas y entre ellas la Norma del Tequila.



REGIONES DE TEQUILA

JALISCO

Todos los Municipios

GUANAJUATO

Abasolo
Manuel Doblado
Cuerámaro
Huanimaro
Pénjamo
Purísima del Rincón

NAYARIT

Ahuacatlán de Cañas
Ixtlán

Jala
Jalisco
San Pedro Lagunillas
Santa María del Oro
Tepic

MICHOACAN

BrisefiasMatamors
Chav
Chilcota
Churintzio
Cotija
Ecuandureo
Jacona
Jiquilpan
Maravatio
Nuevo Parangaricutiro
Numarán

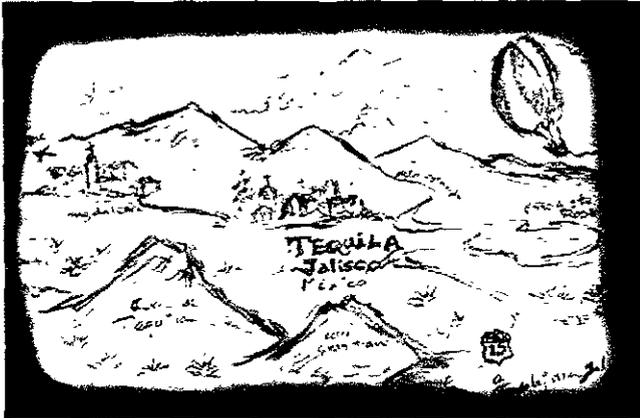
Pajacuarán
Peribán
La Piedad Régules
Los Reyes
Sahuayo
Tancítaro
Tangamandapio
Tangancicuaro
Tanhuanato
Tinguindín
Tocumbo
Venustiano Carranza
Villamar
Vistahermosa
Yurécuaro
Zamora
Zinápapo

TAMAULIPAS

Aldama
Altamira
Antiguo Morelos

Gómez Farías
González
Llera
Mante
Nuevo Morelos

Ocampo
Tula
Xicoténcatl



El Consejo Regulador de Tequila es un organismo del Sector Privado, una entidad no lucrativa de alcance Nacional e Internacional y con su propia personalidad jurídica.

Los objetivos del Consejo Regulador de Tequila son principalmente, asegurar a través de la verificación el cumplimiento de la NOM-Tequila, garantizar al consumidor la autenticidad del producto, certificar el cumplimiento de la NOM-Tequila salvaguardando la Denominación de Origen, en México y en el extranjero. Hay más de 700 Marcas autorizadas, envasadas tanto en México como en el Extranjero, las cuales han sido autorizadas por el Consejo Regulador de Tequila (CRT, marzo de 2000).



MARCAS MEXICANAS

182
1800
1810
1910
1921
0,720
100 Años
1000 Agaves
21 Veintiuno
3 Garantías
30-30
4 Machos
5 de Mayo
5to. Quinto
7 Leguas Añejo
7 Leguas Blanco
7 Leguas Reposado
A Todo Mecate
Adelita
Aficionado
Agave de la Casa
Agave Real
Aguascalientes
Aguila
Aha Toro
Alazan
Alcatraz
Alteño
Allende
Amate
Amo Aceves
Amor Mío
Ana R. Vda. de Cuervo
Ancestral
Anfitrión
Antaño
Antigua Cruz
Antiguo
Arenal
Arete
Arraigo
Arriba
Arroyo Negro

Artesano
Artesano 2
Artillero
Atalaje
Azabache
Aztlán
Azulejos
Bambarria
Barajas
Baron D'Arignac
Barranca de Viudas
Barrancas
Barranqueño
Basilio
Batanga
Berrueco
Bolero
Boom
Buen Agave
Caballo Azteca
Caballo de Hacienda
Caballo Dorado
Caballo Negro
Caballo Viejo
Cabrito
Cacama
Calera
Caliente
Camino Real
Campanario
Campo Azul
Cancún
Canicas
Cantintero
Caracol
Caramba
Carmesí
Carruaje
Casa Fuerte
Casa Grande
Casa Real
Cascahuín
Cascahuín añejo
Cascahuín Blanco
Cascahuín Reposado
Casco Viejo
Casta

Casta Brava
Casta Oro
Castillo Chapultepec
Catador
Catador Alteño
Caudillo
Cava Antigua
Cava de Don Agustín
Cava de los Beas
Cava del Villano
Cava Don Anastasio
Cava Santa
Cazadores
Centenario
Centenario Plata
Centinela
Centinela Imperial
Cesar Gracia
Cesar Monterrey
Cibola
Cimarrón
Cinco de Mayo
Cinco de Mayo
CN Casa Noble
Codorniz
Cómala
Comalteco
Compañero
Con Orgullo
Conde de Arandas
Conde Luna
Conquistador
Constitución de Querétaro
Coronel
Corral Viejo
Corralejo
Coyote
Cristeros
Cuernito
Cuerno de Chivo
Cuervo
Cuervo 1800
Cuervo Centenario
Cuervo Centenario extra
Cuervo Centenario extra
Cuervo especial
Cuervo Tradicional

Chamucos	Don Julio Real	El Mejor
Charrería	Don Leoncio	El Rancho de Nuevo
Charro de Oro	Don Marcial	Laredo
Chente	Don Mariano	El reformador
Chimayo	Don Paco	El Retablo
Chimayo 2	Don Pancho	El Rincón
Chinaco	Don Placido	El Señor
Chivas Campeonísimo	Don Primo	El Señor 2
Chupa-Cavas	Don Quixote	El Sol de Penjamo
D.J. Ramírez	Don Rafa	El Teporocho
D.J. Ramírez Histórico	Don Ramon	El Tequileño
D'Antaño	Don Ramon 2	El Tequileño Especial
D'Castillon	Don Ranulfo	El Tesoro de Don Felipe
De los Altos	Don Salvador	El Tesoro de mi Pueblo
De los Dorados	Don Sergio	El Toril
De Los Morante	Don Tacho	El Viejito añejo
Del Gordo	Doña Carlota	El Viejito blanco
Del Jacal	Dos Amigos	El Viejito Reposado
Del Mayor	Dos Coronas	Embajador Jalisciense
Del Padre	Durango	Emperador Azteca
Del Terrajal	DV Don Valente	Ermitaño
Del Valle Azul	Efecto	Escaramuza
Delicias	El Álamo 1826	Especial Newton
Desperados	El Amo	Eucario González
Diablo	El Andariego	Farias
Diligencias	El Arriero	Fierro
Distillers Pride	El Barzon	Finca Real
D'Mendez	El Caballo Moro	Flying Dog
Don Agave	El Carnichin	Fonda Blanca
Don Alejo	El Capataz	Forcao Reposao
Don Alipio	El Catrín	Frontera
Don Álvaro	El Conquistador	Galardón
Don Andrés	El Conquistador 2	Gallo de Oro
Don Benito	El Corral	García
Don Camilo	El Charro	Garibaldi
Don Castulo	El Chorruto	Garrafa Azul
Don Cayetano	El Delirio	Gema
Don Cesar Monterrey	El destilador	Gómez
Don Cornelio	El Espolón	Goyri
Don Eduardo	El Fogonero	Gran Centenario
Don Emilio	El Gran Jubileo	Gran Cuerno de Chivo
Don Fernando	El Gran Viejo	Gran Reserva
Don German	El grito	Gran Reserva de Jalisco
Don Gustavo	El Indomable	Gran Reserva Pura Sangre
Don Jacinto	El Jimador	Grand Linar
Don Juan	El Labrador	Gusano Real
Don Julio	El Mayor Reserve	Hacienda de la Flor

Hacienda de los Hermanos	La Alborada	Mama Pita
González	La Cofradía	Mapilli
Hacienda de Oro	La Cuarta Generación	Maravillas de la Creación
Hacienda de Tepa	La cucaracha	Margalime
Hacienda del Cristero	La Chiripa	Mariachi
Hacienda Don Diego	La Divina	Matador
Hacienda los Agaves	La Dueña	Máximo
Haciendas	La Fortuna	Maxim's de Paris
Halcón Dorado	La Hormiga	Maxim's de Paris
Hechiceros	La Migra	Mayor
Heráldico	La Montura	Mayorazgo
Herencia	La Perseverancia	Mecapalero
Herencia de Oro	La piedrecilla	Mega 2000
Herencia de Plata	La Puerta Negra	Mexica
Herencia del Señor	La Querencia	Mexicali
Herradura	La Rienda	Mexicanissimo
Herradura Antiguo	La Rojeña	México Artístico
Herradura Selección	La Savia de mi Tierra	México Viejo
Suprema	La Tahona	Mi Viejo
Histórico 27 de Mayo	La Tarea	Miramontes
Honorable	La Ultima y nos Vamos	Miravalle
Huerta Vieja	Lapis	Misión Imperial
Hussong's	Lápiz	Misionero
Hussong's 2	Las Potrancas	Mixton
Imperial	Las Remudas	Montero
Inmemorial Viuda de	Las Trancas	Mustang
Romero	Las Trancas 2	Nacional
Insignia	Ley	Nativo
J.R. Jaime Rosales	Ley .925	Newton
Jalisciense	Leyenda Antigua	Noble
Jalisco Alegre	Leyenda del Milagro	Nostalgia
Jarana	Leyendas de Guanajuato	Nueva Era
Jarro Viejo	Ligador	Núñez
Jesús Reyes	Los Arango	Obra Magistral
Jinetes	Los Camperos	Ojo de Agua
Jorge Ruiz	Los Cinco Soles	Ole
Jornalero	Los Cofrades	Olmeca
José	Los Corrales	Ollitas
José Cortés	Los Cristeros	Orendain
José Cuervo	Los Juanes	Orendain Aniversario
José Cuervo Especial	Los Kikirikis	Orendain Blanco
José Gaspar	Los Ruiz	Orendain Extra
JR Jaime Rosales	Los Socios	Orgullo de Jalisco
JR Jesús Reyes	Los Valientes	Oro Azul
Juanito	Luna Azul	Oro Viejo
Juárez	Llano Grande	Ortigoza
Kalore	Magistral	Pachuca

Pachuca Sonora	Reserva de Don Ángel	Siete Negro
Papa Juan	Reserva de Don Juan	Silla
Parranda	Reserva de Don Julio	Si-Si
Parranderos	Reserva de la Familia	Six-Gun
Parrefñita	Reserva de Oro	Sol de Jalisco
Partida	Reserva del Dueño	Sol de México
Patrón	Reserva del Patrón	Sombrero
Pedro Infante	Reserva del Señor	Sombrero Negro
Penca Azul	Reserva del Tequilero	Suave Herradura
Pepe López	Reserva Familiar Tequila	Suave Patria
Pepe Vitoria	de	Sublime
Perrísimo	Don Jesús RB	Supera lo que esperas,
Pico de Gallo	Revolución	Tequila pura sangre
Pitiao	Revolucionario 501	T & T del Señor
Poncho Rojo	Rey de Copas	Tahona
Porfirio	Rey Sol	Tango
Premier	Río de Plata	Tapatio
Pretal	Roble 200	Tecolote
Pueblo Viejo	Roble Viejo	Tecali
Puente Viejo 2	Romance	Tekio
Puerta Grande	Rural	Tenoch
Puerto Vallarta	Salvador's	Tepa
Puerto Vallarta 2	San Andrés	Tepeyac
Pura Sangre	San Blas	Tequero
Quetzalcoatl Toltech	San Matías Añejo	Tequifresa
Quilate	San Matías Blanco	Terraforme
Quiote	San Matías Reposado	Tesoro Azteca
Quita Penas	Sánchez y Sánchez	Tex Mex
Quito	Sangre Azul	Tico
Raíces	Santa Bárbara	Tierra Azteca
Rancho de Jalisco	Santa Cruz	Tierra Nuestra
Rancho Grande	Santa Fe	Tierra Roja
Raza Azteca	Santa Rosalía	Tierra Viva
RB DE Reyes Natural	Santos	Tikai
RB D'Reyes	Sarape	tlatoani
RB D'Reyes Torito	Sauza Blanco	Tolteca
RB Rey	Sauza Conmemorativo	Tollan
Real de Don Gil	Sauza Extra	Tonatiuh
Real de Penjamo	Sauza Hornitos	Topaz
Real Hacienda	Sauza Triada	Toreros
Real Valledero	Sembrador	Torito Legendario
Rebozo	Senda Real	Tradicional
Red Bull	Señor Chávez	Tres Alegres Compadres
Regional	Sevilla la Villa	Tres Caballos
Reserva 1800	Sierra Brava	Tres Cuatro y Cinco 3, 4 y
Reserva Antigua 1800	Sierra Mazamitla	5
Reserva de don Alfonso	Siete leguas 7 leguas	Tres Generaciones

Tres Magueyes
Tres Magueyes Blanco
Tres Magueyes Reposado
Tres Magueyes Reserva de
la Casa
Tres Mujeres
Tres Reyes
Tres Ríos
Tucán
Villa-Lobos
Villaseñor
Viuda de Romero Blanco
Viuda de Romero Joven
Viuda de Romero
Reposado
Viuda de Sánchez
Viva México
Viva Zapata
Volcán
Xalisco
Xalisco
XQ
XR Azul
Zafarrancho
Zapata
Zapopan

B) MEZCAL

El 13 de julio de 1994 la Cámara Nacional de la Industria del Mezcal, A. C., solicitó la declaración de protección de la Denominación de Origen mezcal, para ser aplicada a la bebida alcohólica del mismo nombre que tenga las características, componentes, procedimiento para su elaboración y comercialización que se ajusten a lo establecido en la norma mexicana correspondiente.

La declaración de protección de la bebida mezcal se establece para la región geográfica comprendida por los estados de Guerrero, Oaxaca, Durango, San Luis Potosí y Zacatecas, particularmente en el estado de Oaxaca, la zona denominada Región del Mezcal, que incluye los municipios de Solá de Vega, Miahuatlán, Yautepec, Santiago Matatlán, Tlaxiaco, Ocotlán, Ejutía y Zimatlán.

C) OLINALÁ DE CHIAPAS

La Unión de Artesanos Olinca, A. C., mediante escrito de 20 de mayo de 1993, solicitó la declaración de protección de la Denominación de Origen Olinalá para ser aplicada a la artesanía de madera.

Por resolución de 11 de noviembre de 1994, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial otorgó la protección a la Denominación de Origen Olinalá para la región geográfica que comprende el Municipio de Olinalá que se localiza al noroeste de Chilpancingo, estado de Guerrero, al norte con el estado de Puebla, al sur con Cuatac, al oeste con Ahuacotzingo y Copalillo y al este con Humuxtitlán, todos municipios comprendidos en el estado de Guerrero.

D) TALAVERA DE PUEBLA

La empresa Talavera de Puebla, S. A. de C. V., solicitó la declaración de protección de la Denominación de Origen Talavera de Puebla, para ser aplicada a la artesanía de la Talavera que se elabora con materias primas de los distritos judiciales de Atlixco, Cholula, Puebla y Tecali, elaborados con la técnica y receta de la loza blanca y azulejo de Talavera de Puebla.

Por resolución de 9 de marzo de 1995 el Director general del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial otorgó la protección legal a Talavera de Puebla como Denominación de Origen, estableciendo como región geográfica a la zona denominada zona de Talavera, que comprende los distritos judiciales ya mencionados.

El gobierno del estado de Puebla solicitó la modificación de la Denominación de Origen Talavera de Puebla por el de Talavera, en virtud de haber sido modificada la región geográfica protegida por la anterior Denominación, por el de zona de Talavera.

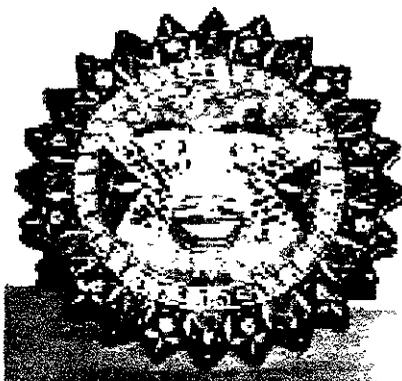
El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial por resolución de 1 de septiembre de 1997 ha pronunciado la declaratoria general de protección de la Denominación de Origen Talavera (DOF del jueves 11 de septiembre de 1997).

De acuerdo con lo que dispone el Artículo 1 del Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen, del que México es parte, los demás países a los que se aplica dicho instrumento internacional están obligados a proteger estas cuatro Denominaciones de Origen, por estar reconocidas y protegidas en el país de origen, que es México, y registradas en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

La protección asegurada por el Arreglo contra toda usurpación o imitación incluye la prohibición de usar las denominaciones acompañadas de expresiones como "género", "tipo", "manera ", "imitación" o similares (Artículo 3 del Arreglo). Los estados comprometido son: Argelia, Bulgaria, Burkina Faso, Congo, Cuba, Eslovaquia, Francia, Gabón, Haití, Hungría, Israel, Italia, Portugal, República Checa, Togo y Túnez.⁹⁵



JARRÓN DE TALAVERA



SOL DE TALAVERA



QUINQUE

❖ EJEMPLOS DE TALAVERA DE PUEBLA

⁹⁵ "Situación de los Tratados al 1o de enero de 1995", en *Propiedad Industrial Derecho de Autor*, Revista bimestral de la OMPI, año 1. No. 1. Ginebra, enero-febrero de 1995. p. 19.

CAPITULO TERCERO

LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO COMO SIGNO DISTINTIVO EN LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

3.1. DEFINICION

En la doctrina, no existe concepto alguno de "Reserva de Derechos", únicamente, la Ley Federal del Derecho de Autor , define a la "Reserva de Derechos", .

ART. 173.- La Reserva de Derechos es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros:

I. PUBLICACIONES PERIÓDICAS: Editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y que pretenden continuarse indefinidamente;

II. DIFUSIONES PERIÓDICAS: Emitidas en partes sucesivas, con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse;

III. PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN, O FICTICIOS O SIMBÓLICOS;

IV. PERSONAS O GRUPOS DEDICADOS A ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, Y

V. PROMOCIONES PUBLICITARIAS: Contemplan un mecanismo novedoso y sin protección tendiente a promover y ofertar un bien o un servicio, con el incentivo adicional del Instituto Nacional del Derecho de Autor la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio; se exceptúa el caso de los anuncios comerciales.

El Dr. David Rangel señala que "La ley mexicana⁹⁶ implícitamente reconoce respecto de algunas obras, su diferente naturaleza, ya que aquellas que tienen el rango de verdaderas creaciones intelectuales son protegidas aun cuando no sean registradas, ni se hagan del conocimiento público⁹⁷.

⁹⁶ Ley federal del Derecho de Autor de 1956 (reformada en 1963)

⁹⁷ Artículo 8. *Ley Federal del Derecho de Autor*

Para que su protección surta efectos, será suficiente que las obras consten ya sea por escrito, o en grabaciones, otra forma de fijarlas en un soporte material.⁹⁸

La protección de algunas obras como el título de periódicos, revistas, noticieros, serán materia de "Reserva de Derechos", con la evocación de que ella implica el Derecho de uso exclusivo de tales títulos de difusiones y publicaciones periódicas⁹⁹.

De igual manera, se refiere a los personajes ficticios o simbólicos¹⁰⁰ a las características gráficas que utilicen los editores y los productores de películas y a las características de promociones publicitarias¹⁰¹.

Otra contradicción notable en el trato que se da a las obras se advierte en la duración del Derecho, pues en tanto que la vigencia del Derecho temporal de carácter pecuniario de las obras propiamente intelectuales, es por la vida del autor y cincuenta años después de su muerte¹⁰², la duración del Derecho de uso exclusivo de los personajes ficticios será sólo de cinco años, prorrogables por periodos iguales, con la condición de que el interesado compruebe la explotación habitual de su Derecho¹⁰³

En cuanto a la Reserva de Derechos de las características gráficas que usan los editores de libros, revistas, periódicos, etcétera, y de las características de promociones publicitarias, dicha protección también es por una duración menor: dos años a partir de la fecha del Certificado en que consta la Reserva, susceptible de renovación por otro plazo de dos años si se comprueba el uso habitual de los Derechos¹⁰⁴

La Reserva del título de periódicos, revistas, noticieros cinematográficos, etcétera, se rige por una norma diferente, ya que el Derecho de uso exclusivo que confiere durará el tiempo de la publicación y un año más a partir de la fecha en que se hizo la última publicación o difusión del título dentro de un año siguiente a la fecha del Certificado de Reserva¹⁰⁵

3.2. EXPLICACION DE LA DEFINICIÓN

La reserva de Derechos es una figura de la Propiedad Intelectual comprendida en la Ley Federal del Derecho de Autor, y esta es una ley Reglamentaria del Artículo 28 Constitucional,¹⁰⁶ debemos comprender que la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo es un monopolio.

⁹⁸ ídem

⁹⁹ Artículo 7, y 24. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰⁰ Artículo 25. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰¹ Artículo 26. 1º y 2º párrafo. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰² Artículo 23. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰³ Artículo 25. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰⁴ Artículo 26 tercer párrafo. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰⁵ Artículo 24. *Ley Federal del Derecho de Autor*

¹⁰⁶ Constitución política de los estados unidos mexicanos. Título primero. Capítulo I de las garantías individuales

Artículo 28 En los estados unidos mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las practicas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria. En consecuencia, la ley castigara severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y

Es así como entenderemos que como figura afín a las creaciones intelectuales se tiene por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los Derechos de los autores, de los artistas e intérpretes o ejecutantes, así como de los editores, de los productores y de los organismos de radiodifusión, en relación con sus obras literarias

que tengan por objeto obtener el alza de los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social. Las leyes fijaran bases para que se señalen precios máximos a los artículos, materias o productos que se consideren necesarios para la economía nacional o el consumo popular, así como para imponer modalidades a la organización de la distribución de esos artículos, materias o productos, a fin de evitar que intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen insuficiencia en el abasto, así como el alza de precios. La ley protegerá a los consumidores y propiciará su organización para el mejor cuidado de sus intereses. No constituirán monopolios las funciones que el estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; petróleo y los demás hidrocarburos; petroquímica básica; Minerales radioactivos y generación de energía nuclear; electricidad y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el congreso de la unión. La comunicación via satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional en los términos del artículo 25 de esta constitución; el estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la nación, y al otorgar concesiones o permisos mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación de acuerdo con las leyes de la materia.

El estado contará con los organismos y empresas que requiera para el eficaz manejo de las áreas estratégicas a su cargo y en las actividades de carácter prioritario donde, de acuerdo con las leyes, participe por sí o con los sectores social y privado.

El estado tendrá un banco central que será autónomo en el ejercicio de sus funciones y en su administración. Su objetivo prioritario será procurar la estabilidad del poder adquisitivo de la moneda nacional, fortaleciendo con ello la rectoría del desarrollo nacional que corresponde al estado. Ninguna autoridad podrá ordenar al banco conceder financiamiento.

No constituyen monopolios las funciones que el estado ejerza de manera exclusiva, a través del banco central en las áreas estratégicas de acuñación de moneda y emisión de billetes. El banco central, en los términos que establezcan las leyes y con la intervención que corresponda a las autoridades competentes, regulará los cambios, así como la intermediación y los servicios financieros, contando con las atribuciones de autoridad necesarias para llevar a cabo dicha regulación y proveer a su observancia. La conducción del banco estará a cargo de personas cuya designación será hecha por el presidente de la república con la aprobación de la cámara de senadores o de la comisión permanente, en su caso; desempeñarán su encargo por periodos cuya duración y escalonamiento provean al ejercicio autónomo de sus funciones; solo podrán ser removidas por causa grave y no podrán tener ningún otro empleo, cargo o comisión, con excepción de aquellos que actúen en representación del banco y de los no remunerados en asociaciones docentes, científicas, culturales o de beneficencia. Las personas encargadas de la conducción del banco central, podrán ser sujetos de juicio político conforme a lo dispuesto por el artículo 110 de esta constitución.

No constituyen monopolios las asociaciones de trabajadores formadas para proteger sus propios intereses y las asociaciones o sociedades cooperativas de productores para que, en defensa de sus intereses o del interés general, vendan directamente en los mercados extranjeros los productos nacionales o industriales que sean la principal fuente de riqueza de la región en que se produzcan o que no sean artículos de primera necesidad, siempre que dichas asociaciones estén bajo vigilancia o amparo del gobierno federal o de los estados, y previa autorización que al efecto se obtenga de las legislaturas respectivas en cada caso. Las mismas legislaturas, por sí o a propuesta del ejecutivo podrán derogar, cuando así lo exijan las necesidades públicas, las autorizaciones concedidas para la formación de las asociaciones de que se trata.

Tampoco constituyen monopolios los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora. El estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la federación, salvo las excepciones que las mismas prevengan. Las leyes fijaran las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de los bienes, y evitaran fenómenos de concentración que contraríen el interés público.

La sujeción a regímenes de servicio público se apegará a lo dispuesto por la constitución y solo podrá llevarse a cabo mediante ley. Se podrán otorgar subsidios a actividades prioritarias, cuando sean generales, de carácter temporal y no afecten sustancialmente las finanzas de la nación. El estado vigilará su aplicación y evaluará los resultados de esta.

o artísticas en todas sus manifestaciones, sus emisiones, así como de los otros Derechos de Propiedad Intelectual, refiriéndose a la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo no constituye propiamente un Derecho de Autor; no obstante, en nuestra legislación nacional su protección se contempla en un ordenamiento jurídico de esta índole, esto es, en la Ley Federal del Derecho de Autor ; específicamente en los Artículos 173 a 191 del Título VIII, Capítulo II, así como en algunas otras disposiciones del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor .

Es una figura jurídica sui generis, regulada en la ley autoral vigente, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo no es una obra ni Derechos conexo, se trata de una figura jurídica propia y singular, por ello tiene una regulación específica.

La mencionada Ley Federal del Derecho de Autor en su Artículo 1º indica que es una ley reglamentaria del Artículo 28 constitucional, y que tienen por objeto la salvaguarda y promoción del acervo cultural de la Nación; protección de los Derechos de los autores, de los titulares de los Derechos conexos, así como de los otros Derechos de Propiedad Intelectual.

Bajo esta postura, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo tendría cabida dentro de la parte conducente referida como “otros Derechos de Propiedad Intelectual”.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo es una protección concedida al titular de la misma, por considerar que la naturaleza del trabajo de creación que implica es similar a la que el autor realiza, en virtud de que la referida Reserva es producto del intelecto, pero sin constituir una obra en sentido estricto.

En este sentido, mientras que la obra es una expresión personal, perceptible y original, resultado de la actividad del espíritu del ser humano, que tiene individualidad, es completa y unitaria, representa o significa algo y, por lo tanto, su reconocimiento como obra no requiere de registro ni de documento alguno, toda vez que no se encuentra subordinada al cumplimiento de formalidad alguna; en cambio, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo es un Derecho otorgado por el Estado, a través de la obtención de un Certificado, consistente en facultades de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados.

La función primordial será distinguir, por lo que puede parecerse a la Marca, ya que a través de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo se obtiene la identificación y distinción de un determinado periódico, programa de radio o de televisión, persona o grupo artístico, etc., a través de los títulos, denominaciones y/o nombres.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo es una figura legal que debiera considerarse de naturaleza jurídica “sui generis”, respecto de las Legislaciones que regulan la Propiedad Intelectual en nuestro país, en virtud de que la misma comparte elementos de otras figuras jurídicas de la Propiedad Intelectual, y que hacen que tenga características especiales y únicas.

Es por ello que, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo se refiere a un Derecho de naturaleza jurídica "sui generis" dentro de la Propiedad Intelectual, que consiste en obtener del Estado la facultad exclusiva de usar y explotar títulos para una publicación o difusión periódica; para utilizar nombres o denominaciones artísticas a favor de personas o grupos; características físicas y psicológicas distintivas de personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos; o bien, características de operación originales aplicados a promociones publicitarias.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, se traduce en el privilegio concedido por la Ley Federal del Derecho de Autor de utilizar de manera exclusiva un título, un nombre, las características o mecanismo de las siguientes figuras:

1. Publicaciones periódicas:
2. Difusiones periódicas:
3. Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos;
4. Personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y
5. Promociones publicitarias:

Cabe mencionar que la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, no se obtiene sino hasta que la autoridad administrativa emite la determinación de otorgar una Reserva, la cual deberá ser manifiesta a través de la expedición de un Certificado de Reserva, tal y como lo establece el Artículo 174 de la Ley Federal del Derecho de Autor vigente.

Artículo 174.- El Instituto expedirá los Certificados respectivos y hará la inscripción para proteger las Reservas de Derechos a que se refiere el Artículo anterior.

3.3. ELEMENTOS DE LA DEFINICIÓN

Del Artículo 173 de la Ley de Derecho de Autor, se desprenden los siguientes elementos constitutivos de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo:

- a) DERECHO CREADO POR UN ACTO ADMINISTRATIVO.- el Certificado de Reserva de Derechos es expedido por la autoridad administrativa competente, llámese Instituto Nacional De Derechos De Autor.

De conformidad con lo establecido en los Artículos 174 y 210 fracción V de la Ley Federal del Derecho de Autor, el Instituto Nacional del Derecho de Autor tiene facultades para expedir los Certificados de Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, y de igual forma hará la inscripción para proteger a las referidas Reservas.

- b) FACULTAD DE USAR Y EXPLOTAR EN FORMA EXCLUSIVA.- El Estado otorga a la persona que previamente lo solicite, la facultad de usar y explotar en forma exclusiva, títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros:

- Publicaciones periódicas,
- Difusiones periódicas,
- Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos;
- Personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y
- Promociones publicitarias.

La Ley Federal del Derecho de Autor , establece que para gozar del Derecho exclusivo de uso y explotación, necesariamente se deberá obtener el Certificado de Reserva de Derechos correspondiente. La Reserva de Derechos tiene un carácter temporal, toda vez que la Ley en todos los casos, establece la duración que tendrá la protección de cada una de los géneros señalados.

El Glosario OMPI, señala que se entiende como EXPLOTACIÓN:

"EXPLOTACIÓN DE LOS DERECHOS DEL AUTOR". Es el ejercicio lucrativo de los Derechos patrimoniales que forman parte del Derecho de Autor sobre una obra, mediante la exposición, reproducción, transmisión (distribución) u otro modo de un ejercicio similar de estas actividades por otras personas; mediante la autorización a otras personas, previa remuneración, para que utilicen la obra protegida por el Derecho de Autor.

"EXPLOTACIÓN DE UNA OBRA". Es la utilización de una obra con fines lucrativos mediante su exposición, reproducción, transmisión (distribución) u otro modo de transmisión de la misma al público. La explotación de las obras protegidas por un Derecho de Autor va unida a la explotación de los Derechos de los autores sobre las mismas.

3.4. COMO SE CONSTITUYE UNA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO

Una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo se constituye con la autorización expresa por parte de la autoridad competente, de esta manera, se faculta para usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a diversos géneros.

El artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor conceptúa la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, pero no es exacta, ya que jamás nos dice a quien o a que, faculta para usar y explotar, es decir, quien será el titular de esa facultad.

Es importante mencionarlo, ya que la mayoría de las Reservas que actualmente se conceden, son a favor de personas morales, y esto es en todos los géneros y especies contemplados en la Ley, causando problemas, ya que el Instituto Nacional del Derecho de Autor no tiene la precaución de verificar y constatar que el creador de los Derechos a la empresa en que trabaja o al centro donde desarrolla su actividad profesional creativa.

Es difícil saber si quien tiene la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo sobre un Personaje Ficticio, sea realmente el creador del mismo o solamente es el causahabiente o adquirente por cualquier medio. Se entiende que la Reserva de Derechos es el Derecho absoluto de explotación exclusiva del título de Reserva por parte del titular del Certificado de Derechos, documento que se expide por la Secretaría de Educación Pública, a través del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

3.5. MENCIÓN DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO

Es un aviso explícito que, de conformidad con algunas Legislaciones, debe hacerse constar, como condición para la protección, en todos los ejemplares (copias) de una obra publicada sobre la cual se reclama el Derecho de Autor.

En virtud de la ley de Derecho de Autor de los Estados Unidos, para que pueda conservarse la protección de una obra publicada, todos sus ejemplares deben llevar, en un lugar adecuado, una mención de Reserva que conste de los siguientes elementos:

- a) la palabra <<Copyright>> (Derecho de Autor) o la abreviatura << Copyright.>> o el símbolo ? (en las grabaciones sonoras, el símbolo ?p),
- b) el año de la primera publicación siempre deberá hacerse mención; y
- c) el nombre del verdadero titular del Derecho de Autor.

La posibilidad de hacer dicha mención una condición obligatoria para el Derecho de Autor sobre obra publicada ha sido admitida por la Convención Universal sobre Derecho de Autor, La Convención de Roma y el convenio sobre Fonogramas; sin embargo, de conformidad con la Convención Universal sobre Derecho de Autor, el primer elemento de la mención debe ser el símbolo (c)".¹⁰⁷

Existe mucha bibliografía sobre aquellos apasionantes tiempos, en relación con el Derecho de Autor, y sería alargar demasiado este comentario al tratar de relacionar todo lo que se conoce sobre el tema.

No deseo dejar de mencionar la primera y gran aseveración revolucionaria de aquella época, mitad de siglo XVIII, aproximadamente, y que ocurrió a cargo del abogado francés Lois D'Hericourt, que en violenta discusión provocada entre librerías, tuvo la osadía de defender, en un famoso Memorial, que la creación de un Autor le pertenece, y puede disponer de ella como se le antoje, independientemente de los privilegios de los librerías".¹⁰⁸

Alemania fue el primer país que elevó a problema jurídico el Derecho moral del Autor sobre su obra.

¹⁰⁷ *Ibidem* p. 60

¹⁰⁸ Jose María Várela. *El Derecho de Autor a través del tiempo*. (Documento autor). Vol. 111, No. 2, Mayo, México, 1987 p. 19

3.6. GENEROS DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO.

Serán susceptible de protección mediante una Reserva de Derechos los títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros:

I. PUBLICACIONES PERIÓDICAS: Editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y que pretenden continuarse indefinidamente;

PERIÓDICO	REVISTA
DIRECTORIO	CABEZA DE COLUMNA
FOLLETO	BOLETIN
SUPLEMENTO	CALENDARIO
GACETA	CATALOGO
GUIA	AGENDA
OTROS	

II. DIFUSIONES PERIÓDICAS: Emitidas en partes sucesivas, con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse;

PROGRAMAS DE RADIO
PROGRAMAS DE TELEVISION
DIFUSION VIA RED DE COMPUTO
OTROS

III. PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN, O FICTICIOS O SIMBÓLICOS;

FICTICIO Y SIMBOLICO
HUMANO DE CARACTERIZACION

IV. PERSONAS O GRUPOS DEDICADOS A ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, Y

NOMBRE ARTISTICO
DENOMINACIONES DE GRUPO ARTISTICO

V. PROMOCIONES PUBLICITARIAS: Contemplan un mecanismo novedoso y sin protección tendiente a promover y ofertar un bien o un servicio, con el incentivo adicional de el Instituto Nacional de Derechos de Autor la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio; se exceptúa el caso de los anuncios comerciales.

A) PUBLICACIONES PERIÓDICAS

Se encuentran protegidas por el Artículo 173 fracción I de la Ley Federal del Derecho de Autor , y se consideran publicaciones periódicas, todos aquellos documentos o escritos impresos que salen a la luz pública en una fecha determinada previamente, ya sean editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y que pretendan continuarse indefinidamente. En el Artículo en comento se señala que la Reserva de Derechos es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva, títulos o cabezas del género de publicación periódica.

El Diccionario Ilustrado de la Lengua Española “Aristos” define como título:

“Palabra o frase con que se anuncia el asunto de una obra científica o literaria, o de un escrito cualquiera”¹⁰⁹

Es por ello, que el título es aquello que nombra, enuncia, distingue e identifica la publicación periódica. Ésta, como ya se ha mencionado, es el género, y la misma puede abarcar las siguientes especies:

- a) Diario o Periódico
- b) Revista
- c) Directorio
- d) Cabeza de Columna
- e) Folleto
- f) Boletín
- g) Suplemento
- h) Calendario
- i) Gaceta
- j) Catálogo
- k) Guía, y
- l) Agenda

¹⁰⁹ Diccionario Sopena. España. Editorial Ramón.1998. p. 749.

Ejemplos de títulos de publicaciones periódicas:

- Diario o Periódico: La Jornada, Reforma, Excélsior, El Universal, Uno más Uno, El Sol de México, La Prensa, Esto, etc.
- Revista: Quo, Marie Claire, Proceso, Muy Interesante, Vanidades, Eres, Tele Guía, etc.
- Cabeza de Columna: Jaque Mate, Pulso Político, etc.
- Directorio: Sección Amarilla.
- Guía: Guía Roji.
- Boletín: Regularmente publicaciones de carácter interno, es decir, son publicaciones realizadas por instituciones públicas o privadas, por ejemplo: Boletín de la Facultad de Derecho.
- Gaceta: Gaceta UNAM.

La protección se fundamenta en el reconocimiento al esfuerzo al editor y en el prestigio que pudiera obtener en torno a la seriedad, veracidad, originalidad o amenidad de la publicación periódica, en atención al esfuerzo del editor encaminado a ofrecer al público una publicación de calidad singular.”¹¹⁰

B) DIFUSIONES PERIÓDICAS

Se contemplan en el Artículo 173 fracción II de la Ley Federal del Derecho de Autor , se consideran Difusiones Periódicas todos aquellos documentos o escritos impresos que salen a la luz pública en una fecha determinada previamente, ya sean editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse, es decir, son aquellas que se transmiten por medio de sonidos o imágenes.

En el Artículo mencionado, indica que la Reserva de Derechos es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva, títulos del género de difusión periódica.

El Glosario de la OMPI nos menciona las siguientes definiciones relacionadas con el tema:

“**RADIODIFUSIÓN:** Se entiende generalmente que significa la combinación a distancia de sonidos y/o imágenes para su recepción por el público en general por medio de ondas radioeléctricas (ondas electromagnéticas de frecuencias inferiores a 3.000 GHz). A los efectos de la Convención de Roma sobre la Protección de los Artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, radiodifusión significa la transmisión por cualquier medio inalámbrico (con inclusión de los rayos láser, los rayos gamma, etc. de sonidos e imágenes y sonidos para su recepción por el público.

¹¹⁰ Alanís Pastrana Adolfo *Protección y Reserva de los Títulos de Obras y Publicaciones Periódicas* Revista de la Facultad de Derecho, México 1961, p. 14.

DIFUSIÓN DE SEÑALES DE SONIDOS E IMÁGENES: Se entiende generalmente que se refiere a toda técnica de transmisión de obras u otros programas e información sonoros y/o visuales, para su recepción pública a distancia por medios inalámbricos o por hilo.

DIFUSIÓN: Se entiende generalmente que es la disseminación pública de una obra de cualquier manera adecuada. La difusión comprende, además de la transmisión (distribución) de ejemplares de la obra, la radiodifusión, la transmisión por hilo al público, la representación o ejecución y los demás medios de transmisión al público”.¹¹¹ Difusión es la transmisión de algo por cualquier medio de comunicación. Lo que protege este tipo de Reservas es el título de la transmisión, ya sea a través de un programa de radio, televisión o inclusive una página de Internet. Actualmente, se otorgan Reservas respecto de las siguientes difusiones periódicas:

- a) Programa de Televisión
- b) Programa de Radio
- c) Difusión Vía Red de Cómputo

Ejemplos de títulos de difusiones periódicas:

- Programa de Televisión: Hechos, Deportv, En Familia con Chabelo, Mujer Casos de la Vida Real, 24 Horas, Nada Personal, etc.
- Programa de Radio: Cúpula Empresarial, Antena Radio, Friends Conecction, La Mano Peluda, etc.
- Difusión Vía Red de Cómputo: www.solucion.com.mx.
www.unam.mx.

C) PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN, O FICTICIOS O SIMBÓLICOS

En la fracción III del Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor se establece como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo la facultad de usar y explotar en forma exclusiva nombres, y características físicas y psicológicas distintivas, respecto del género de Personajes Humanos de Caracterización, o Ficticios o Simbólicos.

PERSONAJE es el “sujeto de distinción o calidad. Cualquiera de los seres humanos ideados por el escritor, que toman parte en la acción de una obra literaria”.¹¹²

La Ley Federal del Derecho de Autor establece protección a favor de dos personajes:

- a) Personajes Humanos de Caracterización
- b) Personajes Ficticios o Simbólicos

¹¹¹ Op Cit pp. 74 y 80.

¹¹² *Diccionario Ilustrado de la Lengua Española “Aristos”*. Op cit p. 582.

Se entiende por *características físicas* “la apariencia del personaje que se pretende Reservar, es decir, lo que el dictaminador puede ver, al momento de que alguien presenta la solicitud de dictamen previo, tales como la Forma, el Color, el Tamaño, el Volumen, etc.”¹¹³

Las características psicológicas se refieren exclusivamente a el carácter, sus aptitudes, sus capacidades y deficiencias, a los gustos de este, a lo que le desagrada, lo que lo anima, etc., todos estos elementos intangibles, no visibles y subjetivos totalmente.”¹¹⁴

Las características resultan requisitos indispensables necesarios para que la Reserva de Derechos de este género sea otorgada; asimismo, tanto el nombre como las características físicas y psicológicas del personaje deberán ser auténticos y distintivos. De acuerdo con lo anterior, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo sobre un personaje contempla los aspectos siguientes:

- a) El Nombre del Personaje,
- b) Características Físicas Distintivas, y
- c) Características Psicológicas Distintivas.

Ejemplos de los aspectos anteriores tenemos el caso de los siguientes personajes ficticios o simbólicos:

“RONNY RICALETA”, cuyas características físicas son las de ser un niño con una camisa rayada, gorra de baseball, gordito y que siempre está sonriendo; mientras que sus *características psicológicas* son que le gusta mucho jugar con los otros niños, y le gusta comer muchos dulces, chocolates y frituras, siempre está alegre y con ganas de comer.

“MAGUITO SONRIC’S”, cuyas *características físicas* es que su silueta es la característica más peculiar, lo que lo hace diferente a otros, su físico se concreta a una cabeza con brazos y piernas, los atributos que lo hacen un mago son: su sombrero, su varita mágica, sus zapatitos y finalmente sus mangas anchas.

Su sonrisa, ojos y cejas complementan sus características lo que le permiten ser expresivos. Su textura se proyecta suave, liso, con la apariencia de un muñeco de peluche, es dinámico, siempre se presenta con movimiento realizando diferentes actividades, puede estar desde saboreando un dulce hasta volando en el espacio.

Las *características psicológicas* son que el Maguito Sonric’s es más que un compañero de los niños, es un amigo mágico, es sobre todo amigable, feliz y aventurero, su mundo está rodeado de magia, le encanta jugar con los niños y comparte sus aventuras, aunque también le encanta convivir con los adultos, no es posible definir su edad, bien podría ser un niño pequeño, un adulto, un joven o un señor de 100 años, las amabilidad, afecto y generosidad son sus características primordiales.

¹¹³ Jiménez Almeida, Roberto Carlos. *La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo en la Ley Federal del Derecho de Autor*. Tesis Profesional. UNAM-Facultad de Derecho. México. 1999, p. 98. * *Gracias por tanto, solo falta el amor...*

¹¹⁴ *Idem*

Está siempre listo para ayudar con una actitud positiva a la vida, es sencillo y no se complica la vida, ocasionalmente tiene errores y cuando los tiene no siente que hizo el ridículo o se siente mal, sino por el contrario, goza de cualquier insignificancia de la vida, el no es egoísta, vanidoso, tacaño o agresivo, su tiempo y espacio son limitados, participa en incontables y diversas actividades, transformaciones y actos mágicos, camina, vuela, aparece y desaparece, es divertido y hasta travieso, le encanta reír y hacer reír, tiene un fuerte vínculo de amistad con los niños quienes lo admiran y se identifican plenamente con él.

Los personajes creados pueden ser ficticios o simbólicos y de caracterización humana a la vez, sin que esto perjudique o afecte o modifique una concepción de la otra, por ejemplo: “Capulina” es interpretado por Gaspar Henaine, y por ello dicho personaje es de caracterización humana. Aunque también existen tiras cómicas donde dicho personaje es dibujado y no interpretado por lo que constituye un personaje ficticio.

PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN

Los personajes humanos de caracterización son aquellos que tienen originalidad y características especiales, protagonizados por personas físicas, de tal forma que puedan ser distinguidos unos de otros. Son empleados en su mayoría en actuaciones artísticas.

La interpretación de dicho personaje por el propio creador, o bien puede ser interpretado por otra persona que reúna las características requeridas para hacerlo.

De esta figura se desprenden los elementos siguientes:

1. Un elemento humano, y
2. El empleo en actuaciones artísticas

Elementos que se encuentran ligados con la persona física; por lo que dentro de este género de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo; se excluye a la persona moral o jurídica, en virtud de que ésta no puede realizar actuaciones artísticas por sí misma.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de personajes humanos de caracterización se otorga únicamente a la persona física, quien es la que realiza la caracterización del personaje. La referida caracterización la adopta y la interpreta una persona física. Por ejemplo:

MR. NIEBLA, CANTINFLAS, JULIO REGALADO, BROZO, CHAPULÍN COLORADO, LA CHILINDRINA, CEPILLÍN, CAPULINA, SUPER BARRIO, ETC.

Conforme a lo establecido en el Artículo 71 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor para efectos del Artículo 173, fracción III, de la Ley Federal del Derecho de Autor, no son objeto de Reserva las características físicas y psicológicas reales de una persona determinada.

PERSONAJES FICTICIOS O SIMBÓLICOS

Los personajes ficticios son aquellos creados por la imaginación del hombre, con características físicas, psicológicas, específicas y originales, no para interpretarlos, sino para usarlos y explotarlos en novelas, cuentos, historietas, programas de televisión, etc.

De igual forma, se les designa un nombre que les es característico y distinto de cualquier otro personaje, y se encuentran provistos de una especial originalidad. Tienen como origen de su existencia, las obras literarias, historietas gráficas o en cualquier otro tipo de publicación o difusión periódica.

Dichos personajes poseen una Marcada originalidad y son utilizados con cierta periodicidad, entre los que se encuentran:

MAGUITO SONRIC'S, CONDORITO, RONNY RICALETA, AGUILA "SR. SERFÍN", BART SIMPSON, PANCHO PANTERA, EL TIGRE TOÑO.

D) PERSONAS O GRUPOS DEDICADOS A ACTIVIDADES ARTÍSTICAS

El Artículo en comento señala que la Reserva de Derechos es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva, nombres y denominaciones del género de Personas o Grupos dedicados a actividades artísticas.

La Ley Federal del Derecho de Autor utiliza la palabra Nombre, cuando se trata de una persona, es decir, cuando recae sobre una persona física, única y determinada y, por otro lado; Denominación, cuando recae sobre un grupo de personas a las cuales no va integrado este nombre con su persona.

Los Nombres Artísticos y las Denominaciones de Grupos Artísticos sirven como medio de identificación dentro del medio artístico.

NOMBRE ARTÍSTICO

Iniciaremos con la distinción del nombre civil y el nombre artístico.

EL NOMBRE es un atributo de la personalidad que señala a una persona individualizándola. De la misma manera que el domicilio y el estado son atributos de la personalidad, el nombre la individualiza, el domicilio la ubica en un lugar determinado y el estado establece su posición frente al Derecho objetivo.¹¹⁵

¹¹⁵ Galindo Garfias, Ignacio. *Derecho Civil* 10ª ed.. Porrúa, México, 1990. p. 342.

Galindo Garfias indica que “el nombre de una persona física está constituido por un conjunto de palabras, a saber: el nombre propio, o nombre de pila, y el apellido (paterno y materno) o nombre patronímico.”¹¹⁶

Mazeud define al *nombre* como “El vocativo con que se designa a una persona; es un conjunto que se compone de varios elementos, como el apellido o nombre de familia, el nombre o nombres propios, el seudónimo y el sobrenombre.”¹¹⁷

EL SEUDÓNIMO es el nombre ficticio o supuesto que una persona se otorga a sí misma, el cual utiliza para ocultar el suyo; mientras que el sobrenombre o apodo es el nombre calificativo con que se distingue a alguien, tomado de sus defectos personales o de cualquier otra circunstancia.

La Ley Federal del Derecho de Autor , precisamente en su Artículo 116 que los términos artista, intérprete o ejecutante designan al actor, narrador, declamador, cantante, músico, bailarín, o a cualquiera otra persona que interprete o ejecute una obra literaria o artística o una expresión del folclor o que realice una actividad similar a las anteriores, aunque no haya un texto previo que norme su desarrollo. Se excluyen de esta definición a los llamados extras y las participaciones eventuales.

Ricardo Antequera Parilli¹¹⁸ señala que “la actuación artística comprende, por un lado, la interpretación, que consiste en la comunicación de obras orales —como las creaciones vocales, dramáticas y poéticas— y las de danza y, por otro lado, la ejecución que comprende toda comunicación de obras musicales a través del uso de instrumentos”

Antonio Prado Nuñez define al nombre artístico como “una combinación de nombres y apellidos que pueden ser supuestos en su totalidad sólo en parte y que se usa para lograr un efecto comercial mejor que el que produciría el nombre verdadero.”¹¹⁹

El nombre artístico es considerado como una parte esencial del artista para poder ser plenamente identificado, es parte de la personalidad que adoptará el artista., está relacionado con la calidad que el mismo tenga en su profesión, obteniendo además reconocimiento y prestigio en el medio artístico, utilizándolo para cuestiones de tipo comercial y de publicidad.

El efecto de usar el nombre es el de causar una agradable impresión o utilizar una característica especial que identifique su imagen o su persona, cuestiones que irremediamente podrán retribuirle fama pública.

Actualmente, el nombre artístico no sólo se compone de nombres y apellidos (en su totalidad o en parte), el seudónimo, sino también se emplea el apócope, hasta las más

¹¹⁶ *Ibidem* p 343.

¹¹⁷ Carlos y Sigfrido Radaelli.. *Los Derechos del Escritor y del Artista* Ediciones Cultura Hispánica. Madrid. 1953, p. 98

¹¹⁸ Consideraciones sobre el Derecho de Autor (con especial referencia a la legislación venezolana) Buenos Aires. 1977. pp. 63-64. Citado por Obón León. J Ramón. *Derecho de los Artistas Intérpretes* 3ª ed.. Trillas, México. p. 31.

¹¹⁹ Prado Nuñez, Antonio. *El Derecho de Intérprete en el Sistema Mexicano de los Derechos de Autor*. Tesis Profesional. UNAM-Facultad de Derecho. 1958. p. 64.

diversas combinaciones, el carácter de los nombres artísticos son diferentes a los del nombre civil, toda vez que la protección otorgada al nombre artístico a través de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo reúne caracteres opuestos a los que tiene el nombre civil, en virtud de que se trata de un Derecho limitado y su protección es aplicable sólo cuando se haya obtenido la referida Reserva de Derechos, tiene como características ser oponible a terceros, susceptible de valuarse en dinero, consecuentemente, forma parte del patrimonio de bienes intangibles del titular, es enajenable, prescriptible, impone ciertas obligaciones a su titular, y existe la posibilidad de cambiar el nombre si así lo desea el titular del mismo.

EL NOMBRE CIVIL es considerado como un Derecho absoluto, oponible frente a todas las personas (erga omnes), y se encuentra protegido contra cualquier acto que constituya una usurpación por parte de terceros.

El nombre de la persona física no es valuable en dinero, ni forma parte del patrimonio de la persona a quien pertenece.

Es imprescriptible, esto es, que pertenece a los Derechos de cuyo ejercicio no se pierde sólo porque deje de usarse.

Es intransmisible por voluntad de su titular, éste estará obligado a ostentar su personalidad bajo el nombre que conste en el acta del Registro Civil.

Como ejemplos, podemos mencionar:

EVITA MUÑOZ CHACHITA (EVA MUÑOZ RUIZ), EMMANUEL, ERNESTO GÓMEZ CRUZ, MACARIA (DELIA BEATRIZ DE LA CRUZ DELGADO), LEO DAN (LEOPOLDO DANTE TEVEZ).

DENOMINACIÓN DE GRUPO ARTÍSTICO

Las denominaciones de grupos artísticos se definen como el nombre, título o designación que adopta un grupo de personas que poseen la calidad de artistas, ya sean intérpretes o ejecutantes, con el fin de diferenciarse de otros de su misma especie, y conseguir así la individualización ante el público.

EJEMPLOS:

“CAÑAVERAL”, LA ARROLLADORA BANDA EL LIMÓN, MAGNETO, LOS ÚNICOS DE MÉXICO, BANDA SINALOENSE EL RECODO, EL MARIACHI VARGAS DE TECALITLÁN, EL TRI, LOS INVASORES DE NUEVO LEÓN, MANÁ, ETC.

Es llamado NOMBRE ARTÍSTICO COLECTIVO, como “aqueel con el que se denominan los grupos musicales, orquestas, duetos, etc., utilizando un nombre genérico puede ser

compuesto o inventado por sus propios integrantes que pueda distinguirse de los demás y a fin de causar un buen efecto en el público y que sea llamativo.”¹²⁰

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo para grupos artísticos es la protección otorgada a su titular pudiendo ser éste una sola persona o más, con el objetivo primordial de que ese nombre se aplique a una agrupación musical.

Antes, la Dirección General del Derecho de Autor, no otorgaba Reservas de grupos artísticos a una persona considerada individualmente, , imprescindiblemente el solicitante tenía que hacer mención de todos y cada uno de los integrantes de la agrupación musical, no tomando en cuenta el tiempo que permanecerían en el grupo.

En el Certificado de Reserva de Derechos se indicaba la leyenda de que en caso de disolución del grupo artístico, el titular de la Reserva sería el que indicaran en la solicitud; consecuentemente, implicaba manifestar el consentimiento sobre la disolución, lo que significaba un pago indebido a aquél que, sin tener Derecho, exigía como contraprestación para dejar de tener Derechos sobre la mencionada Reserva .

E) PROMOCIONES PUBLICITARIAS

La fracción V del Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor establece como Reserva de Derechos la facultad de usar y explotar en forma exclusiva nombres y características de operación originales aplicados y mecanismos novedosos de promociones publicitarias.

Se entiende por *PROMOCIONES* ¹²¹:

“PROMOCIÓN DE VENTAS. Técnica adecuada para aumentar el volumen de negocios de una empresa mediante una red de distribución”.

“PUBLICITARIO, RIA. Relativo a la publicidad, a los anuncios”.

“PUBLICIDAD. Conjunto de medios empleados para dar a conocer un producto comercial o industrial”

La Ley Federal de Protección al Consumidor, en el Capítulo IV, denominado “De las Promociones y Ofertas”, específicamente en el Artículo 46, establece lo siguiente:

Artículo 46.- Para los efectos de esta Ley, se consideran promociones las prácticas comerciales consistentes en el ofrecimiento al público de bienes o servicios:

¹²⁰ Vázquez Vicente. Ma. de los Ángeles. *Régimen de Reserva de los Personajes Humanos y de los Nombres Artísticos en el Sistema Mexicano de Derechos de Autor*. Tesis Profesional. UNAM. Enep-Acatlán. 1997. p 66

¹²¹ Pequeño Diccionario Ilustrado Larousse. Ediciones Larousse. México. 1995.p. 843

I. Con el incentivo de proporcionar adicionalmente otro bien o servicio iguales o diversos, en forma gratuita, a precio reducido a un solo precio;

II. Con un contenido adicional en la presentación usual de un producto, en forma gratuito o a precio reducido;

III. Con figuras o leyendas impresas en las tapas, etiquetas o envases de los productos o incluidas dentro de aquellos, distintas a las que obligatoriamente deben usarse; y

IV. Bienes o servicios con el incentivo de participar en sorteos, concursos y otros eventos similares”.

La Ley Federal del Derecho de Autor en su fracción V establece que las promociones publicitarias contemplan un mecanismo novedoso y sin protección tendiente a promover y ofertar un bien o servicio, con el incentivo adicional que el Instituto Nacional del Derecho de Autor, da la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio; se exceptúa el caso de los anuncios comerciales.

a) Para el otorgamiento de una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo en el género de promoción publicitaria, se deberán reunir los elementos siguientes:

b) La existencia de un mecanismo que tienda a promover y ofertar un bien o servicio;

que el mecanismo se complemente con un incentivo adicional que permita la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio, y

c) Que el referido mecanismo citado como primer elemento sea novedoso, entendiéndose por novedad, el hecho de que no haya sido difundido o utilizado con anterioridad a la fecha de presentación de sus solicitud, de tal suerte que las características que integran el mecanismo puedan considerarse distintivas y originales.

El concepto de promoción publicitaria establecida en la Ley Federal del Derecho de Autor excluye lo que se considera un anuncio comercial, éste no debe ser confundido con el Aviso Comercial regulado en la Ley de la Propiedad Industrial.

En este sentido, el anuncio comercial es el ofrecimiento de un producto o servicio en prensa, radio, televisión, radio u otro medio de comunicación masiva; mientras que el Aviso Comercial es la frase u oración que anuncia un producto o servicio para distinguirlo de otro de su misma especie o clase en el mercado.

EJEMPLOS:

PROMOCARD, según se desprende del respectivo Certificado de Derechos al Uso Exclusivo, dicha promoción publicitaria consiste en concentrar en una caja diseñada para el efecto, una serie de tarjetas con los datos generales de los prestadores de servicios que participen en PROMOCARD, la cual se ubicará en los centros turísticos, a efecto de que las personas interesadas en un servicio o producto remuevan la tarjeta y la lleven consigo para acudir al mismo con facilidad y precisión, haciéndose acreedor al descuento o promoción especificado en la tarjeta.

Periódicamente, como medio para mantener la promoción, el promotor acudirá a los centros turísticos a reponer las tarjetas que hayan sido removidas por las personas interesadas en el servicio o producto, cumpliéndose así el doble objetivo de promocionar a los prestadores de servicios y dar un servicio de orientación a las personas que acudan a los centros turísticos.

La promoción publicitaria denominada PILÓN consiste en una promoción que tiene por finalidad que los consumidores reciban un beneficio directo, concreto y gratuito para que ingresen a su patrimonio familiar Artículos o bienes de notoria utilidad, que normalmente no comprarían por adquirir satisfactores prioritarios.

Es un incentivo que consiste en la entrega gratuita y adicional al importe de su compra de cupones denominados PILÓN, equivalente al 10% del valor de los productos afiliados a la promoción para ser canjeados por otros productos en los centros de canje o distribución establecidos.

Existe un catálogo de Artículos o bienes seleccionados para ser canjeados en la primera etapa de esta promoción por los consumidores al efectuar las compras de los productos afiliados.

Este catálogo se actualizará periódicamente, tomando en consideración, entre otros factores, las preferencias de los consumidores por los Artículos contenidos en el catálogo.

3.7. REGISTRO DE LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO

El trámite para obtener una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, se lleva a cabo ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor, debiendo presentar (se ha convertido en una práctica obligatoria) una Solicitud De Dictamen Previo (denominado Formato RD-01), a fin de verificar que no existe un impedimento para otorgar la referida Reserva .

Los títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas, o características de operación, se deberán solicitar en el Género, y Especie, deseado, en su caso.

La solicitud de dictamen previo deberá ir acompañada de los siguientes documentos:

- 1) Para Títulos de Publicaciones Periódicas, la representación gráfica firmada por el solicitante o su representante legal (Formato RD-06).
- 2) Para Personajes Humanos de Caracterización, Ficticios o Simbólicos, la fotografía o el dibujo del personaje; respectivamente, así como la descripción de las características físicas y psicológicas que lo constituyan (Formato R-07).
- 3) Para Promociones Publicitarias, la descripción del mecanismo publicitario y la explicación de su originalidad (Formato RD-08).
- 4) Comprobante de pago de Derechos, efectuado en cualquier sucursal bancaria, con el formato número 5 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en el que deberá indicarse claramente el concepto.

El plazo máximo de respuesta es de 15 días hábiles; tratándose de promociones publicitarias o personajes, se extenderá por 30 días más, de conformidad con el Artículo 76 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor .

El resultado del dictamen previo tiene carácter informativo y no confiere al solicitante Derecho alguno de preferencia, ni implica obligación para el Instituto Nacional del Derecho de Autor en el otorgamiento de la Reserva .

Una vez que el resultado de la búsqueda es positivo, el solicitante de la Reserva , podrá presentar Solicitud De Reserva (Formato R-02), dentro de los diez días hábiles siguientes a la expedición del dictamen, la cual deberá contener los datos generales de quien pretende obtener la Reserva y el objeto de lo que será materia de Reserva .

Para el trámite de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, la fecha y hora de la solicitud de Reserva , determinará la prelación entre las solicitudes para su otorgamiento, de acuerdo con el Artículo 77 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor .

La solicitud de Reserva deberá ir acompañada de lo siguiente:

- a) El Dictamen con resultado positivo de la solicitud de dictamen previo.
- b) Documentación que acredite la personalidad del solicitante y del representante y del gestor, en su caso, así como la existencia legal, para el caso de personas morales o jurídicas.

Cuando se trate de personas físicas que actúen por su propio Derecho, lo deberán acreditar con cualquier identificación oficial.

En el caso de representantes de personas físicas o morales, acreditarán la personalidad con carta poder ante dos testigos tratándose de personas físicas; o copia certificada del acta constitutiva y del poder notarial que otorgue facultades al representante legal para personas morales.

Podrán presentar carta poder para el gestor, únicamente para oír y recibir notificaciones y documentos.

En todos los casos, se tendrán que acompañar las identificaciones oficiales del representante, del representado y en su caso, del gestor, así como la respectiva copia para su cotejo.

- c) Para títulos de publicaciones periódicas, la representación gráfica firmada por el solicitante o su representante (Formato RD-06).
- d) Para Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos, la fotografía o dibujo del personaje, respectivamente, así como la descripción de las características físicas y psicológicas que lo constituyan, a máquina y por duplicado (Formato RD-07).
- e) Para Promociones publicitarias, la descripción del mecanismo publicitario y la explicación de su originalidad (Formato RD-08).
- f) Traducción al español de los documentos que se entreguen escritos en idioma distinto.
- g) Comprobante de pago de Derechos, efectuado en cualquier sucursal bancaria, con el formato número 5 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

En la solicitud de dictamen previo, tanto la solicitud (formato RD-01) como el comprobante de pago número 5 de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como sus anexos se presentarán por duplicado, en virtud de que un ejemplar será para que el Instituto Nacional del Derecho de Autor lleve a cabo el dictamen de búsqueda de antecedentes, mientras que el ejemplar restante lo será para el acuse del solicitante, o bien, el gestor. El plazo máximo de respuesta es de 10 diez días hábiles.

En el caso de las publicaciones periódicas, es una práctica obligatoria tramitar también el Certificado de Licitud de Título y Contenido de la publicación, otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, la cual es un órgano adscrito a la Secretaría de Gobernación, de conformidad con el Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas, ordenamiento que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de julio de 1981.

Este Certificado únicamente se ocupa de examinar al título y calificar precisamente sobre su licitud, sin entrar al examen de novedad u originalidad, por lo que incluso cuando dicha Comisión expida un Certificado de licitud sobre un título determinado, el Instituto Nacional del Derecho de Autor podrá negar el Certificado de Reserva, ya porque el título sea igual o semejante a otro, cuya Reserva haya sido concedida con anterioridad, lo cual pudiera causar confusión.

Del trámite ante la Comisión antes indicada no depende la obtención del Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, en virtud de que en el Artículo 189 de la Ley

Federal del Derecho de Autor se indica que para el caso de publicaciones periódicas, el Certificado correspondiente se expedirá con independencia de cualquier otro documento que se exija para su circulación.

En el Artículo 70 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor se señala que las Reservas podrán otorgarse en forma independiente sobre uno o varios de los géneros objeto de protección a que se refiere el Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor ; en los casos de las publicaciones periódicas, será sin perjuicio de las atribuciones que en esta materia tiene la Secretaría de Gobernación.

El Instituto Nacional del Derecho de Autor informará a la Secretaría de Gobernación de todas las resoluciones que emita relativas a Reservas otorgadas sobre Publicaciones Periódicas y hará saber a los interesados que deberán cumplir con las disposiciones administrativas en la materia.

Cuando se realice la transmisión de los Derechos que ampara el Certificado de Reserva , se modifique el domicilio para oír y recibir notificaciones y documentos, se cambie el nombre, Denominación o Razón Social del titular, o exista cualquier otra modificación en los datos asentados en el Certificado correspondiente, se deberá notificar al Instituto Nacional del Derecho de Autor para que surta efectos contra terceros.

A estas modificaciones se les denomina Anotaciones Marginales; para tramitarlas en los expedientes de Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, se deberá presentar la solicitud correspondiente (Formato RD-04). Anexando a la solicitud lo siguiente:

- Documentos originales que acrediten la modificación. Para el caso de cesión de Derechos, se tendrá que anexar el contrato respectivo con firmas autógrafas antes dos testigos, presentando identificaciones oficiales del cedente y del cesionario y copia para su cotejo, o en su caso, protocolizarse ante fedatario público.
- Acta constitutiva, en el caso de persona moral.
- Documentos que acrediten la personalidad del representante legal y del gestor, en su caso.
- Traducción al español de los documentos que se entreguen escritos en idioma distinto.
- El pago de Derechos correspondiente.

El plazo máximo de respuesta es de 15 días hábiles.

Bajo estas circunstancias, el Certificado de registro de una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo constituye *la única* alternativa para obtener el Derecho al Uso Exclusivo de la misma; asimismo, el registro trae consigo efectos contra terceros de índole muy diversas, que podrían ser clasificadas en cuatro grupos:

- a) Derecho de exclusividad en la conservación, uso y explotación del Certificado de Reserva de Derechos,
- b) Acciones contra otros Certificados de Reserva de Derechos,
- c) Infracciones administrativas en materia de comercio, de conformidad con el Artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor , y
- d) Delitos.

3.8. LO QUE NO ES MATERIA DE RESERVAS

El Artículo 188 de la Ley Federal del Derecho de Autor, establecen aquellos términos que no son susceptibles de protegerse por una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, como a continuación se indica:

I. Los títulos, los nombres, las denominaciones, las características físicas o psicológicas, o las características de operación que pretendan aplicarse a alguno de los géneros a que se refiere el Artículo 173 la presente Ley, cuando:

- a) Por su identidad o semejanza gramatical, fonética, visual o conceptual puedan inducir a error o confusión con una Reserva de Derechos previamente otorgada o en trámite.
- b) No obstante lo establecido en el párrafo anterior, se podrán obtener Reservas de Derechos iguales dentro del mismo género, cuando sean solicitadas por el mismo titular;
- c) Sean genéricos y pretendan utilizarse en forma aislada;

Entendiéndose por genérico:

- Las palabras indicativas o que en el lenguaje común se emplean para designar tanto a las especies como al género en el cual se pretenda obtener la Reserva , de conformidad con el Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor ;
- Las palabras descriptivas del género en el cual se solicite la Reserva ;
- Los nombres o denominaciones de las ramas generales del conocimiento;
- Los nombres o denominaciones de los deportes o competencias deportivas, cuando pretendan aplicarse a publicaciones periódicas, Difusiones Periódicas o promociones publicitarias, y

Los Artículos, las preposiciones y las conjunciones.

- d) Ostenten o presuman el patrocinio de una sociedad, organización o institución pública o privada, nacional o internacional, o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, sin la correspondiente autorización expresa;

e) Reproduzcan o imiten sin autorización, escudos, banderas, emblemas o signos de cualquier país, estado, municipio o división política equivalente;

•Incluyan el nombre, seudónimo o imagen de alguna persona determinada, sin consentimiento expreso del interesado, o

Ante tal circunstancia, el Artículo 73 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor establece que para efectos de lo anterior, será necesario el consentimiento expreso del interesado, cuando la solicitud correspondiente comprenda, conjunta o aisladamente, la reproducción del rostro de una persona determinada, su expresión corporal, facciones o rasgos generales, de tal manera que se pueda apreciar que se trata de la misma persona, aun cuando su rostro, expresión, facciones o rasgos generales fueran modificados o deformadas y su nombre sustituido por uno ficticio.

f) Sean iguales o semejantes en grado de confusión con otro que el Instituto estime notoriamente conocido en México, salvo que el solicitante sea el titular del Derecho notoriamente conocido;

II. Los subtítulos;

III. Las características gráficas;

IV. Las leyendas, tradiciones o sucesidos que hayan llegado a individualizarse o que sean generalmente conocidos bajo un nombre que les sea característico;

V. Las letras o los números aislados;

VI. La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no Reservables;

VII. Los nombres de personas utilizados en forma aislada, excepto los que sean solicitados para la protección de nombres artísticos, denominaciones de grupos artísticos, personajes humanos de caracterización, o simbólicos o ficticios en cuyo caso se estará a lo dispuesto en el inciso e) de la fracción I de este Artículo, y

VIII. Los nombres o denominaciones de países, ciudades, poblaciones o de cualquier otra división territorial, política o geográfica, o sus gentilicios y derivaciones, utilizados en forma aislada.

3.9. PLAZO PARA EL CERTIFICADO DE LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO EN CADA UNA DE SUS MODALIDADES.

De conformidad con los Artículos 189 y 190 de la Ley Federal del Derecho de Autor , las vigencias del Certificado de la Reserva de Derechos serán las que a continuación se indican:

- a) Publicaciones periódicas, vigencia de 1 año.
- b) Difusiones periódicas, vigencia de 1 año.
- c) Nombres y características físicas y psicológicas distintivas de personajes, tanto humanos de caracterización como ficticios o simbólicos, vigencia de 5 años.
- d) Nombres o denominaciones de personas o grupos dedicados a actividades artísticas, vigencia de 5 años.
- e) Denominación y características de operación originales de promociones publicitarias, vigencia de 5 años.

En todos los casos, el plazo de la vigencia del Certificado de Reserva de Derechos se contará a partir de la fecha de expedición del mismo.

En el caso de publicaciones periódicas, el Certificado correspondiente se expedirá con independencia de cualquier otro documento que se exija para su circulación, como ya se indicó en párrafos anteriores.

El Artículo 191 de la Ley Federal del Derecho de Autor indica que los plazos de protección que amparan los Certificados de Reservas de Derechos, podrán ser renovados por periodos sucesivos iguales.

Exceptuándose a las promociones publicitarias, toda vez que éstas al término de su vigencia pasarán a formar parte del dominio público.

La renovación se concederá siempre y cuando exista una comprobación fehaciente del uso de la Reserva de Derechos, que el interesado deberá presentar al Instituto Nacional del Derecho de Autor dentro del plazo comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de vencimiento de la Reserva de Derechos correspondiente.

Para obtener la renovación y para evitar la caducidad de la Reserva , se deberá presentar la solicitud de renovación (Formato RD-03) y comprobar ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor que la Reserva ha sido utilizada dentro del periodo de vigencia concedido.

El Instituto Nacional del Derecho de Autor tiene la facultad de negar la renovación si de las constancias exhibidas por el interesado, se desprenda que los títulos, nombres, denominaciones o características, objeto de la Reserva de Derechos, no han sido utilizados tal y como fueron otorgados.

3.10. MODOS DE CONCLUIR LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO

Existen establecidas en la Ley Federal del Derecho de Autor tres modos por medio de los cuales concluirán las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo: nulidad, cancelación y caducidad.

A) NULIDAD

De conformidad con el Artículo 183 de la Ley Federal del Derecho de Autor , las Reservas de Derechos serán nulas en los supuestos siguientes:

1. Sean iguales o semejantes en grado de confusión con otra previamente otorgada o en trámite;
2. Hayan sido declarados con falsedad los datos que, de acuerdo con el reglamento, sean esenciales para su otorgamiento;
3. Se demuestre tener un mejor Derecho por un uso anterior, constante y no interrumpido en México, a la fecha del otorgamiento de la Reserva , o
4. Se hayan otorgado en contravención a las disposiciones de este capítulo.

B) CANCELACIÓN

El Artículo 184 de la Ley Federal del Derecho de Autor , establece que será procedente la cancelación de los actos emitidos por el Instituto Nacional De Derechos De Autor, en los expedientes de Reservas de Derechos cuando:

1. El solicitante hubiere actuado de mala fe en perjuicio de tercero, o con violación a una obligación legal o contractual (desde mi punto de vista el texto legal debería decir el titular de la Reserva , mas no el solicitante, en virtud de que la Reserva de Derechos ya se concedió);
2. Se haya declarado la nulidad de una Reserva (desde mi punto de vista, esto resulta una grave duplicación, en virtud de que la sola declaración de nulidad implica la extinción de la Reserva);
3. Por contravenir lo dispuesto por el Artículo 179 de la Ley Federal del Derecho de Autor , es decir, utilizar tal y como fueron otorgados, los títulos, nombres, denominaciones

o características objeto de Reservas de Derechos; ya que de esta forma se causa confusión con otra que se encuentra protegida;

4. Sea solicitada por el titular de una Reserva , o

1. Sea ordenado mediante resolución firme de autoridad competente.

C) CADUCIDAD

La Ley Federal del Derecho de Autor establece en su Artículo 185 la caducidad de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo cuando las mismas no se renueven en términos legales establecidos en el Artículo 191 de la Ley Federal del Derecho de Autor , esto es, dentro del plazo comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de vencimiento de la Reserva de Derechos correspondiente.

El Artículo 79 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor se indica que una vez transcurrido el plazo de vigencia de la Reserva , operará de pleno Derecho su caducidad, sin necesidad de declaración administrativa, cuando no haya sido renovada.

El Artículo 186 de la referida Ley establece que la declaración administrativa de nulidad, cancelación o caducidad se podrá iniciar en cualquier tiempo, de oficio por el Instituto, a petición de parte, o del Ministerio Público de la Federación cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refiere el Artículo 185, no requerirá declaración administrativa por parte del Instituto Nacional De Derechos De Autor.

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, de conformidad con el texto legal es la facultad de usar y explotar en forma exclusiva títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales aplicados, de acuerdo con su naturaleza, a alguno de los siguientes géneros, que a continuación se mencionan: publicaciones periódicas; difusiones periódicas; personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos; personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y promociones publicitarias, esta figura jurídica de naturaleza "sui generis" carece de identidad y comparte las características y funciones de la Marca, al constituirse en un signo que distingue e identifica productos o servicios.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

CAPITULO CUARTO

NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZON SOCIAL

4.1. CONCEPTO DE NOMBRE

Jurídicamente, EL NOMBRE es el atributo de la personalidad que la señala e individualiza. Se forma por un conjunto de palabras y vocablos que debidamente combinados particularizan a la persona física o moral.

Las sociedades Civiles o Mercantiles, así como las Instituciones de Asistencia Publica o Privada, requieren de una Denominación con la que se les da a conocer, de la misma manera que una persona física debe tener un nombre para identificarse.

En la función de identidad, se agota la función del nombre de las personas morales, el cuál, tendrá un contenido pecuniario, lo que no ocurre con el nombre de las personas físicas, el cuál, se manifiesta como un *Signo Distintivo*, protegido por la Ley de la Propiedad Industrial, que identifica a una clientela determinada a la vez individualizada a la sociedad comerciante.

El nombre de una persona moral, propiamente llamado *Denominación*, puede formarse libremente , de acuerdo con la voluntad de los socios o de los fundadores de la Sociedad , Asociación Civil o Fundación debiendo ser distinta del nombre de otra sociedad, Asociación Civil o Fundación existente en razón a la función distintiva que tiene como *única el nombre, en este caso*.

El requisito indispensable para registrar un contrato que constituya una Sociedad Civil o Mercantil, Fundación o Asociación Civil, será que en la escritura constitutiva se mencione el nombre con el que habrá de identificarse jurídicamente la Sociedad, Asociación o Fundación.[&]

4.2. DISTINCIÓN ENTRE NOMBRE COMERCIAL, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL.

A) NOMBRE COMERCIAL

Para el Lic. Rafael de Pina, el Nombre Comercial, es la designación correspondiente a una empresa o a un establecimiento mercantil.

[&] Ignacio Galindo Garfías. *Derecho Civil* México. Porrúa. 1990. p.707

Por su parte, el maestro César Sepúlveda, indica que el nombre de comercio o Nombre Comercial, sirve para identificar a un comerciante a su negociación, para distinguir la actividad comercial de una empresa de la otra.

Así mismo, el maestro Jorge Barrera Graf, señala que por Nombre Comercial; en nuestro Derecho, se entiende tanto la Razón Social, como el Signo Distintivo de las negociaciones mercantiles.

El Nombre Comercial, es la Denominación con la que se ostenta el publico comerciante, cualquiera que sea la forma jurídica con que actúe; que:

- a) LOS DISTINGUE ASÍ MISMOS DE OTROS COMERCIANTES DEDICADOS AL MISMO O SIMILAR GIRO O ACTIVIDAD
- b) DISTINGUE LA ATENCIÓN, EFICIENCIA Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA
- c) DISTINGUE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE DISTRIBUYE O ELABORA

En relación con la distinción de los productos elaborados, se debe aclarar que no obstante de que la misma pertenece al ámbito Marcario, en la práctica existen diversos establecimientos comerciales que elaboran productos y los ponen a la venta, determinando la calidad de los mismos; solo por el Nombre Comercial que utilizan, inclusive, aunque este último no se encuentre registrado.

B) DENOMINACIÓN SOCIAL.

Se entiende por Denominación Social, el nombre de la sociedad en la que no figuren apellidos de los socios; por lo general, la Denominación Social, hace referencia a la actividad mercantil u objeto social.

En el Derecho Civil, pueden constituirse bajo una Denominación social las Asociaciones Cíviles, de esta manera, en el Derecho Mercantil, se entiende por denominaciones Sociales, “el nombre de algunas sociedades mercantiles, como la sociedad anónima, por ejemplo, en la que no figura el nombre de ninguno de sus socios.”

La Denominación social, puede formarse libremente, siempre que no de lugar a confusiones contempladas por otras sociedades.¹²²

De esta manera, la Ley General de Sociedades Mercantiles, establece que podrán constituirse bajo una Denominación social:

- a) LAS SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
- b) LA SOCIEDAD ANÓNIMA

Para concluir este punto, es imprescindible destacar, que la Secretaría encargada de otorgar los permisos de Constitución de Sociedades, así como las Razones o

¹²² Artículo 15 de la *Ley General de Sociedades Mercantiles*

Denominaciones Sociales, es la Secretaría de Relaciones Exteriores, a través de su Dirección Jurídica.¹²³

C) RAZON SOCIAL.

La Razón Social, es el nombre de la Sociedad formado con el de uno de los socios, con los de ninguno de ellos o con los de todos.¹²⁴

Es importante determinar qué Sociedades se constituyen bajo una Razón Social.

En el Derecho Civil, se reconocen 2 tipos de Sociedades

- a) las Asociaciones Civiles
- b) las Sociedades Civiles

D) ASOCIACIONES CIVILES

En la legislación Civil actual, se mantiene la tendencia de que el nombre que deben recibir las agrupaciones civiles, sea una RAZON SOCIAL, en virtud de que invariablemente utiliza dichas palabras cuando se refiere al nombre de ellas.

No obstante, no existe disposición alguna que indique las reglas que debe llevar el nombre de una asociación civil.

Las asociaciones pueden constituirse indistintamente o bajo una Denominación social o bajo una Razón Social.

E) SOCIEDADES CIVILES

Por disposición expresa del Código Civil, las sociedades civiles, deben constituirse bajo una RAZON SOCIAL, así tenemos:

Artículo 2693 del Código Civil.- El contrato de Sociedad debe contener:

II.- La Razón Social y....

Artículo 2699 del Código Civil.- Después de la Razón Social, se agregarán estas palabras "Sociedad Civil"

De igual manera, en el Derecho Mercantil, las Sociedades Mercantiles, que deben constituirse bajo una RAZÓN SOCIAL, por disposición expresa de la Ley General de Sociedades Mercantiles son:

¹²³ Artículo 27 *Constitucional*

¹²⁴ Artículo 19 de la *Ley General de Sociedades Mercantiles*

- a) Sociedad en Nombre Colectivo
- b) Sociedad en Comandita Simple
- c) Sociedad de Responsabilidad Limitada

Al igual que las Asociaciones Civiles, la Sociedad de Responsabilidad Limitada, puede constituirse indistintamente bajo una Razón Social o bajo una Denominación Social.¹²⁵

Sobre este punto, cabe aclarar que cuando la Ley en cuestión indica “existe bajo una Denominación o bajo una Razón Social, que se formara con el nombre de uno o más socios, no significa que Denominación y Razón Social sean lo mismo, en virtud de que el legislador utilizó el separativo “o” correspondiendo la parte que se formara con el nombre de uno o de más socios, sólo a la Razón Social.

4.3. FUNDAMENTO JURÍDICO

El NOMBRE COMERCIAL, tiene como fundamento jurídico, la Ley de la Propiedad Industrial, se entiende por Nombre Comercial, al Signo Distintivo que se utiliza para identificar la empresa de una persona física o jurídica, de las demás que tienen la misma o similar actividad industrial o mercantil.¹²⁶

De acuerdo con la Doctrina, por Nombre Comercial, se entiende tanto a la Razón Social y la Denominación de los empresarios colectivos, como el Signo Distintivo de las negociaciones mercantiles.

El régimen jurídico del Nombre Comercial, es una serie de reglas o normas jurídicas que se encuentran contempladas en la Legislación de Propiedad Industrial, relativas a la protección, publicación, transmisión y concesión de esta figura, régimen contenido en los Artículos y demás relativos del mismo ordenamiento.¹²⁷

La naturaleza jurídica del Nombre Comercial, nace como un afán del hombre por tratar de diferenciarlo de otras instituciones con los que tienen relación.

Hay quienes opinan que el Nombre de una Negociación, constituye un bien patrimonial, pero esta opinión, puede ser criticada, ya que existen grandes diferencias entre el Derecho de Propiedad clásico, y el Derecho al nombre.

A diferencia del Derecho de Propiedad clásico, el Derecho al Nombre Comercial, pueden detentarlo varias personas al mismo tiempo, en él, no hay Jus Abutendi, además de que no hay la libre disposición.

¹²⁵ Artículo 59 de la *Ley General De Sociedades Mercantiles*

¹²⁶ David Rangel Medina.- *Derecho Intelectual*, Editorial Mc. Graw Hill. México. 1998. p. 82

¹²⁷ Artículo 105-112. *Ley de la Propiedad Industrial*

En la primera de las diferencias anotadas, el que usurpa un Nombre Comercial, no despoja el Derecho o el uso al propietario, aún cuando el usurpador se haga acreedor a una penalidad que establece el Artículo 212 de la Ley de Instituciones Mercantiles, con relación al Artículo 211, fr. VII del mismo ordenamiento.

Por lo que se refiere al *JUS ABUTENDI*, se puede decir, que este Derecho es subjetivo, ya que el Nombre Comercial puede cambiarse por otro en cualquier momento, por lo que el primero desaparece, o de igual manera, puede abandonarse, desapareciendo o destruyéndose el Nombre Comercial.

Por último, lo que hace a su libre disposición, podemos decir que carece de esta característica que guardan otros bienes, a saber: el Nombre Comercial, se puede transmitir, de acuerdo con las limitaciones que la ley Marca.

Hay otras tesis que tratan de explicar la naturaleza jurídica del Nombre Comercial, diciendo que el nombre de comercio, es un bien incorpóreo equivalente a los llamados "Derechos Intelectuales".

Según otras teorías, explican al Nombre Comercial, nace como un medio diferenciador de las negociaciones y no como una invención intelectual.

También hay quienes afirman que el Nombre Comercial, es una expresión de la personalidad jurídica del comerciante, basándose en que dicha Denominación no se puede vender ni pignorar, no es objeto de ejecución y no es reivindicable.

De las tesis antes mencionadas, se desprende que no es posible formular un criterio general al respecto, ya que no se debe influir en el criterio de cada persona, aún cuando no se debe dejar alejado el concepto de propiedad y tomar en cuenta los provechos económicos que se sacan del Nombre Comercial, al tratar el tema.

Al respecto, el Artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial, indica "el Nombre Comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el Derecho a su uso exclusivo, estarán protegidos, sin necesidad de registro."

La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el Nombre Comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

De igual manera, el Artículo 106 del ordenamiento citado, comenta que:

Campo de aplicación de estas denominaciones comerciales, lo encontramos en los diferentes tipos de sociedades comerciales, no importando la nacionalidad o la actividad a la que se dediquen.

El nombre es un atributo que tienen las personas morales, y puede ser de 2 tipos:

- La Razón Social

•La Denominación Social

Se le llama Razón Social, al nombre de las sociedades en que figura el nombre completo o solo el apellido de uno o varios de los socios.

Se entiende por Denominación Social, el nombre de la Sociedad en el que no figuren los apellidos de los socios. Por lo general, la Denominación Social, hace referencia a la actividad mercantil u objeto social.

La Razón Social, es propia de las sociedades “IN TUITO PERSONAE”, en cambio, la Denominación Social, corresponde a las sociedades “IN TUITO PECUNIAE”.

La diferencia es, fácil de entender, el nombre de una negociación formada como Razón Social, sería por ejemplo “BUSTOS FELICIANO Y CIA.”, en cambio, la Denominación Social, podría formarse con cualquier nombre o palabras sean reales o de fantasía, como por ejemplo, “SEGUROS EL ANGEL, S.A.”.

La contraposición que existe entre la Razón Social y la Denominación Social, se encuentra contemplada en lo que disponen los Artículos 59 y 210 de la Ley de Sociedades Mercantiles.¹²⁸

El fundamento de lo antes mencionado, en cuanto a que la Razón Social se forma con los nombres de los de los socios, la regulación de lo antes mencionado, se encuentra en los Artículos 27, 52 y 60 de la Ley de Sociedades Mercantiles.¹²⁹

Al interpretar el sentido de estos Artículos, de manera lógica se desprende que la Denominación Social no se forma con el nombre de los socios,

La ley determina expresamente como debe de formarse la Razón Social al decir:

Artículo 27.- La Razón Social, se formará con el nombre de uno o más socios, y cuando en ella no figuren los de todos, se le añadirán las “Y COMPAÑÍA” u otras equivalentes.

De acuerdo a lo establecido en este Artículo, se observa que la Legislación determinó y generalizó la formación de la Razón Social, sin embargo, no especifica si el nombre o nombres deben ser completos (nombre y apellidos).

En la práctica, se observa que algunas sociedades forman su Razón Social sólo con el apellido de uno de los socios, como por ejemplo, SÁNCHEZ Y CIA.

Hablando de la palabra compañía o su abreviatura CIA, ésta se utiliza cuando se sintetizan por así decirlo, los nombres de los demás socios pudiendo utilizar algún equivalente, como por ejemplo, SÁNCHEZ HERMANOS, SÁNCHEZ E HIJOS, etc.

¹²⁸ Artículos 59 y 210. *Ley De Sociedades Mercantiles*

¹²⁹ Artículos 27, 52 y 60. *Ley De Sociedades Mercantiles*

Pero si en la Razón Social aparecieren los nombres de todos y cada uno de los socios, tal estipulación resultaría innecesaria como podría ser: LOPEZ, MONTES Y MESTAS, S.A.

Cuando uno de los socios deja de formar parte de la sociedad por cualquier causa y su nombre figure en la palabra Razón Social, esta puede seguir siendo usada agregando la palabra sucesores o su abreviatura *suocrs*.¹³⁰

También, es el caso de esta estipulación cuando al disolverse una sociedad, algunos de sus socios decidan formar una nueva, la Razón Social podrá ser legalmente usada aún cuando los nombres que la constituye no corresponda con los nombres de ninguno de los nuevos socios, debiendo agregar la estipulación ya comentada.

En la Razón Social, debe prevalecer el principio de veracidad.

4.4. FUNCIÓN DE LA RAZÓN SOCIAL

La Razón Social o Denominación Social, (en sentido estricto), que es un elemento de la empresa, es el nombre de la empresa y de la Hacienda en general, y, por consiguiente, también agrícola, pero de ordinario comercial.

La misma, debe poderse distinguir, esto es, no confundirse con el nombre civil del empresario (individuo o sujeto colectivo), cuando la una, o el otro, sean idénticos: Razón Social o Denominación Social o Patronímica.

Se habla en este segundo caso, de Nombre Comercial en antítesis al Nombre civil, donde nombre del empresario, y Denominación o Razón Social, son enumerados separadamente y, contrapuestos.

Lo que destaca, es que la Razón Social, pertenece al género "Nombre Comercial", la Razón Social, no es otra cosa, que la designación comercial de toda sociedad comercial, las sociedades comerciales colectivas, en comandita, de capital e industria, y de responsabilidad limitada, se distinguen por la firma, o Razón Social, las sociedades anónimas y cooperativas, por una Denominación.

Se debe limitar la Razón Social, a las sociedades colectivas o comanditarias, donde lo común consiste en combinar o yuxtaponer los nombres de 2 o más socios, .

¹³⁰Artículo 29 . *Ley De Sociedades Mercantiles*

4.5. COMO SE OBTIENE Y ANTE QUIEN SE TRAMITA

A) LUGAR O DEPENDENCIA

Como ya se mencionó, la Secretaría encargada de otorgar para constituir Sociedades, así como las Razones o Denominaciones Sociales, es la Secretaría de Relaciones Exteriores, a través de su Dirección General de Asuntos Jurídicos.¹³¹

Los trámites que se realizan ante la dirección general de asuntos jurídicos son:

1. SRE-02-001 Permiso para la Constitución de Sociedades y permisos de fideicomisos.
 - Permisos para la Constitución de Sociedades
 - Permiso para la Reforma de Estatutos de Sociedades (Cambio de Denominación o Razón Social
 - Aviso de modificación de cláusula de exclusión de extranjeros por la de admisión
 - Aviso de Liquidación, Fusión ó Escisión de Sociedades
 - Adquisición de inmuebles por personas físicas o morales extranjeras fuera de Zona Restringida
2. SRE-02-002 Modificación de estatutos.
3. Modalidad: SRE-02-002-B Aviso de cambio de cláusula de exclusión a admisión de extranjeros.
4. SRE-02-003 Aviso de adquisición de bienes inmuebles por sociedades mexicanas con cláusula de admisión de extranjeros ubicados en la zona restringida y destinados a fines no residenciales.
5. SRE-02-004 Permiso a los extranjeros para la adquisición de bienes inmuebles fuera de la zona restringida o para la obtención de concesiones de explotación de aguas en el territorio nacional.
6. SRE-02-005 Permiso para la constitución de fideicomisos en la zona restringida de territorio nacional.
7. SRE-02-006 Permiso para la ampliación de la materia y cambio de los fines de un fideicomiso.

¹³¹ Artículo 27 Constitucional

8. SRE-02-007 Informe anual sobre los fideicomisos autorizados, en caso de sustitución de fiduciaria, de designación de fideicomisarios sustitutos o cesión de Derechos fideicomisarios en favor de personas físicas o morales extranjeras o sociedades mexicanas con cláusula de admisión de extranjeros, tratándose de inmuebles adquiridos para fines residenciales.

9. SRE-02-008 Aviso del uso de los permisos para la Constitución de Sociedades o cambio de Denominación o Razón Social, y de la liquidación, fusión o escisión de sociedades.

10. SRE-02-009 Aviso sobre la extinción de fideicomisos.

Cabe mencionar, que el trámite al cuál nos avocaremos será el de Permisos para la Constitución de Sociedades.

Con la finalidad de la Secretaría de Relaciones Exteriores, a través de su Dirección General de Asuntos Jurídicos de mejor servicio, podrán realizarse tramites de Permisos para Constitución de Sociedades y reforma de estatutos (modificación de Denominación de sociedades), en las delegaciones metropolitanas de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

B) PROCEDIMIENTOS

De conformidad con lo que establecen los *Artículos 15 de la Ley de Inversión Extranjera*¹³², y *13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*¹³³, se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores para la Constitución de Sociedades.

Por su parte, la fracción VII del Artículo 1o. del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras, establece que para efectos de este reglamento, además de lo establecido en el *Artículo 2o. de la Ley de Inversión Extranjera*, se entenderá por **SOCIEDADES**:

LAS PERSONAS MORALES CIVILES, MERCANTILES O DE CUALQUIER OTRO CARÁCTER CONSTITUIDAS CONFORME A LA LEGISLACIÓN MEXICANA.

La Secretaría de Relaciones Exteriores de conformidad con lo que establece el Artículo 13 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de

¹³² Artículo 15 de la *Ley de Inversión Extranjera* - Se requiere permiso de la secretaria de relaciones exteriores para la constitución de sociedades. Se deberá insertar en los estatutos de las sociedades que se constituyan. la cláusula de exclusión de extranjeros o el convenio previsto en la fracción I del artículo 27 constitucional.

¹³³ Artículo 13 del *Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras* - El permiso para la constitución de sociedades a quien se refiere el artículo 15 de la ley, se otorgará solamente cuando la denominación o razón social que se pretenda utilizar no se encuentre reservada por una sociedad distinta. Si en la denominación o razón social solicitada, se incluyen palabras o vocablos cuyo uso se encuentre regulado específicamente por otras leyes, la Secretaría de Relaciones Exteriores condicionará el uso de los permisos a la obtención de las autorizaciones que establezcan dichas disposiciones legales.

Inversiones Extranjeras¹³⁴, otorgará los permisos para Constitución de Sociedades a que se refiere el *Artículo 15 de la Ley de Inversión Extranjera*, solamente cuando la Denominación o Razón Social que se pretenda utilizar no se encuentre Reservada por una sociedad distinta.

Asimismo, si en la Denominación o Razón Social solicitada, se incluyen palabras o vocablos cuyo uso se encuentre regulado específicamente por otras leyes, la Secretaría de Relaciones Exteriores condicionará el uso de los permisos a la obtención de las autorizaciones que establezcan dichas disposiciones legales.

Por otra parte, de conformidad con lo que establece el *Artículo 16 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*,¹³⁵ los permisos para la Constitución de Sociedades, o en su caso, las constancias correspondientes a que se refiere el *Artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo*, que no sean recogidos por los interesados dentro de los veinte días hábiles posteriores a su expedición, quedarán sin efectos.

De conformidad con lo que establece el *Artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, dentro de los noventa días hábiles siguientes a la fecha en que la Secretaría de Relaciones Exteriores otorgue los permisos para la Constitución de Sociedades, los interesados deberán acudir a otorgar ante fedatario público el instrumento correspondiente a la constitución de la sociedad de que se trate.

Transcurrido el término antes citado sin que se hubiere otorgado el instrumento público correspondiente, el permiso quedará sin efectos.

C) REQUISITOS

A. Llenar solicitud SA-1 a máquina en original y copia (formato que proporciona en forma gratuita ésta Secretaría). Si se presenta en las Delegaciones de SRE, deberá hacerlo en original y dos copias.

En la solicitud, deberá señalarse:

- nombre del solicitante, domicilio para oír y recibir notificaciones; personas autorizadas para recibir el permiso o la resolución;
- Denominación solicitada; régimen jurídico; fecha y firma autógrafa del solicitante.

¹³⁴ *Idem*

¹³⁵ Artículo 15 *Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras* - La Secretaría de Relaciones Exteriores, otorgará el permiso para el cambio de denominación o razón social a que se refiere el artículo 16 de la Ley siempre que, además de cumplirse con lo dispuesto en el artículo 13 de este reglamento, se acredite la voluntad de la persona moral de efectuar la modificación solicitada.

- Cubrir el pago de Derechos correspondiente, ver costos y tiempos.

Toda solicitud que sea presentada entre las 9:00 AM y 11:00 AM, será resuelta el mismo día, las solicitudes recibidas con posterioridad serán resueltas el día hábil siguiente.

Toda solicitud deberá ser resuelta dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha de su presentación, en caso contrario, el permiso solicitado se considerará otorgado, siendo aplicable lo establecido por el *Artículo 16 de la Ley de Inversión Extranjera*.¹³⁶

El permiso o la resolución recaída a la solicitud únicamente será entregada al solicitante o a las personas autorizadas, previa identificación.

Por otra parte, de acuerdo a lo establecido por el *Artículo 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de los permisos para la constitución de sociedades a que se refiere el *Artículo 15 de Ley de Inversión Extranjera*, el interesado debe dar aviso de uso del mismo a la Secretaría de Relaciones Exteriores, en el cual se debe especificar la inclusión en el instrumento correspondiente de la cláusula de exclusión de extranjeros o, en su caso, del convenio previsto en el *Artículo 14 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras* (el convenio se refiere a que los socios extranjeros, actuales o futuros de la sociedad se obligan ante la Secretaría de Relaciones Exteriores a considerarse como nacionales respecto de las acciones, partes sociales o Derechos que adquieran de la sociedad, bienes, Derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sean titulares las sociedades y los Derechos y obligaciones que deriven de los contratos en que sean parte las propias sociedades; asimismo deberán incluir la renuncia de no invocar la protección de sus gobiernos bajo la pena, en caso contrario, de perder en beneficio de la Nación los Derechos y bienes que hubiesen adquirido); asimismo deberá cubrir previamente el pago de Derechos correspondiente, ver costos y tiempos.

La Secretaría de Relaciones Exteriores, de conformidad con lo que establece el *Artículo 19 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, reservará a las sociedades el uso exclusivo de sus Denominaciones o Razones Sociales conforme a los permisos que otorgue, salvo cuando el interesado incumpla lo dispuesto en el párrafo anterior, es decir no de el aviso de uso del permiso dentro de los seis meses siguientes a su expedición o bien se haya extinguido la sociedad correspondiente.

¹³⁶ Artículo 16 *Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras* - Los permisos para la constitución de sociedades o modificación de denominación o razón social, en su caso, las constancias correspondientes a que se refiere el artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, que no sean recogidos por los interesados dentro de los 20 días hábiles posteriores a su expedición, quedarán sin efectos.

D) PERMISOS PARA LA REFORMA DE ESTATUTOS DE SOCIEDADES (CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL)

De conformidad con lo que establecen los *Artículos 16 de la Ley de Inversión Extranjera, y 15 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, se requiere permiso de la Secretaría de Relaciones Exteriores para que las sociedades constituidas cambien su Denominación o Razón Social.

La Secretaría de Relaciones Exteriores de conformidad con lo que establece el *Artículo 15 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, otorgará los permisos para el cambio de Denominación o Razón Social a que se refiere el *Artículo 16 de la Ley de Inversión Extranjera, siempre que la Denominación o Razón Social* que se pretenda utilizar no se encuentre Reserva da por una sociedad distinta, y se acredite la voluntad de la persona moral de efectuar la modificación solicitada.

Por otra parte, de conformidad con lo que establece el *Artículo 16 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, los permisos para la modificación de Denominación o Razón Social, o en su caso, las constancias correspondientes a que se refiere el *Artículo 17 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo*, que no sean recogidos por los interesados dentro de los veinte días hábiles posteriores a su expedición, quedarán sin efectos.

De conformidad con lo que establece el *Artículo 17 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, dentro de los noventa días hábiles siguientes a la fecha en que la Secretaría de Relaciones Exteriores otorgue los permisos para la modificación de Denominación o Razón Social, los interesados deberán acudir a otorgar ante fedatario público el instrumento correspondiente a las reformas estatutarias de la sociedad de que se trate.

Transcurrido el termino antes citado sin que se hubiere otorgado el instrumento público correspondiente, el permiso quedará sin efectos.

A) REQUISITOS PARA LA REFORMA DE ESTATUTOS DE SOCIEDADES (CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL)

•Llenar solicitud SA-2 a máquina en original y copia (formato que proporciona de forma gratuita ésta Secretaría) Si se presenta en las Delegaciones de SRE, deberá hacerlo en original y dos copias. En la solicitud, deberá señalarse: nombre del solicitante, domicilio para oír y recibir notificaciones; personas autorizadas para recibir el permiso o la resolución; Denominación actual y Denominación solicitada; fecha y firma autógrafa del solicitante; asimismo, deberá anexar copia del acta de asamblea en donde se aprobó el cambio de Denominación,

o poder para actos de administración del representante legal de la persona moral solicitante.

- Cubrir el pago de Derechos correspondiente, ver costos y tiempos.

Toda solicitud que sea presentada entre las 9 AM y 11 AM, será resuelta el mismo día. Las solicitudes recibidas con posterioridad serán resueltas el día hábil siguiente. Toda solicitud deberá ser resuelta dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha de su presentación. En caso contrario, el permiso solicitado se considerará otorgado, siendo aplicable lo establecido por el *Artículo 16 A de la Ley de Inversión Extranjera*. El permiso o la resolución recaída a la solicitud únicamente será entregada al solicitante o a las personas autorizadas, previa identificación.

Por otra parte, de acuerdo a lo establecido por el *Artículo 18 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, dentro de los seis meses siguientes a la expedición de los permisos para el cambio de Denominación o Razón Social a que se refiere el primer párrafo del *Artículo 16 de Ley de Inversión Extranjera*, el interesado debe dar aviso de uso del mismo a la Secretaría de Relaciones Exteriores; asimismo deberá cubrir previamente el pago de Derechos correspondiente, ver costos y tiempos.

La Secretaría de Relaciones Exteriores, de conformidad con lo que establece el *Artículo 19 del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, Reservará a las sociedades el uso exclusivo de sus Denominaciones o Razones Sociales conforme a los permisos que otorgue, salvo cuando el interesado incumpla lo dispuesto en el párrafo anterior, es decir no de el aviso de uso del permiso dentro de los seis meses siguientes a su expedición o bien se haya extinguido la sociedad correspondiente.

E) AVISO DE LIQUIDACION, FUSION O ESCISION DE SOCIEDADES

De conformidad con lo que establece el *Artículo 18 tercer párrafo del Reglamento de la Ley de Inversión Extranjera y del Registro Nacional de Inversiones Extranjeras*, el interesado deberá dar aviso de la liquidación, fusión o escisión de la sociedad de que se trate a la Secretaría de Relaciones Exteriores dentro del mes siguiente a la fecha en que el acto se haya llevado a cabo. Dicho aviso deberá presentarse mediante escrito libre, por el representante legal de la sociedad, en su caso, anexando la siguiente documentación:

- Copia del instrumento, mediante el cual se llevó a cabo la liquidación, fusión o escisión de la sociedad correspondiente.
- Cubrir previamente el pago de Derechos correspondiente, ver costos y tiempos; únicamente para el caso de los avisos de fusión o escisión de sociedades.

En caso de aviso extemporáneo o falta de aviso a la Secretaría de Relaciones Exteriores, la sociedad de que se trata se hará acreedora a las sanciones correspondientes.

F) COSTOS Y TIEMPOS

TRAMITE	TIEMPO DE RESPUESTA	COSTO
Permiso para la <i>Constitución de Sociedades</i>	El mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 a.m	\$ 500.00 por recepción, examen y expedición del permiso.
Permiso para la <i>Reforma de Estatutos de Sociedades</i> (Cambio de Denominación o Razón Social)	El mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 a.m	\$ 445.00 por recepción, examen y expedición del permiso.
<i>Aviso de uso de permiso para la Constitución de Sociedades y de Reformas a sus estatutos</i> (Cambio de Denominación o Razón Social, Modificación de Cláusula de Exclusión de Extranjeros por la de Admisión, Fusión o Escisión de Sociedades.		\$ 185.00
<i>Adquisición de inmuebles por extranjeros</i> fuera de la zona restringida a que se refiere el Acuerdo General publicado el 2 de marzo de 1998, en el Diario Oficial de la Federación.	En dos días hábiles	\$ 3,580.00 por recepción, examen y expedición de constancia.
<i>Adquisición de inmuebles por extranjeros</i> fuera de la zona restringida a que se refiere el Artículo 10 A de la Ley de Inversión Extranjera	En dos días hábiles	\$ 205.00 por recepción y examen, y \$ 3,580.00 por expedición
Obtención de <i>Concesiones para la exploración y explotación de minas y aguas en territorio nacional</i> a que se refiere el Acuerdo General publicado el 11 de mayo de 1998, en el Diario Oficial de la Federación.	En dos días hábiles	\$ 3,580 00 por recepción, examen y expedición de constancia
Obtención de <i>Concesiones para la exploración y explotación de minas y aguas en Territorio Nacional</i> a que se refiere el Artículo 10 A de la Ley de Inversión Extranjera.	En dos días hábiles	\$ 205.00 por recepción y examen; y \$ 3,580.00 por expedición
Por <i>expedición del permiso para constituir fideicomiso en la zona restringida</i>	En tres días hábiles	\$ 205.00 por recepción y examen; y \$ 7,380,00 por expedición
Por <i>expedición de permiso modificado por ampliación de la materia y cambio de los fines del fideicomiso.</i>	En tres días hábiles	\$ 205.00 por recepción y examen; y \$ 3,320.00 por expedición
Los no especificados anteriores		\$245.00

G) FORMATOS

**Consultas 782-41-44
Dirección General de Asuntos**



Para uso exclusivo de SRE
Folio: _____

LUGAR Y FECHA: _____

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE PERSONAS ACREDITADAS PARA REALIZAR TRÁMITES ANTE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES (PERSONAS FÍSICAS)

FECHA DE RECEPCIÓN		
DÍA	MES	AÑO

LLÉNESE CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA.
1.- DATOS DEL PROMOVENTE

APELLIDO PATERNO			APELLIDO MATERNO			NOMBRE (S)		
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES			CLAVE ÚNICA DE POBLACIÓN (PERSONA FÍSICA)					
DOMICILIO:								
CALLE			NÚMERO EXTERIOR			NÚMERO INTERIOR		
COLONIA			CÓDIGO POSTAL					
DELEGACIÓN, MUNICIPIO O LOCALIDAD			ENTIDAD FEDERATIVA					
TELÉFONO (S)			FAX			CORREO ELECTRÓNICO		

FECHA DE APROBACIÓN DE OFICIALÍA MAYOR: 30 DE NOVIEMBRE DE 2000	FECHA DE APROBACIÓN DE LA COMISIÓN FEDERAL DE MEJORA REGULATORIA: 30 DE NOVIEMBRE DE 2000
--	--

2.- PERSONA(S) AUTORIZADA(S) PARA RECIBIR LA(S) RESOLUCION(ES):

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE:

Página 2 de 4

*NOTA: ANTES DE LLENAR
ESTA FORMA, LEA LAS
CONSIDERACIONES
GENERALES AL REVERSO.*

CONSIDERACIONES GENERALES

- ESTE FORMATO ES DE LIBRE REPRODUCCION, EN HOJA BLANCA, TAMAÑO CARTA Y EN PAPEL BOND.
- EL FORMATO SE PRESENTA EN ORIGINAL, EN CASO DE QUE EL INTERESADO REQUIERA COPIA, ANEXAR PARA EL ACUSE DE RECIBO CORRESPONDIENTE.
- DEBEN RESPETARSE LAS AREAS SOMBRADAS, LAS CUALES ESTAN DESTINADAS PARA USO EXCLUSIVO DE LA SRE
- SOLO SE RECIBEN LAS SOLICITUDES DEBIDAMENTE REQUISITADAS
- LOS DATOS DE TELEFONO, FAX Y CORREO ELECTRONICO DEBERAN LLENARSE SOLO EN CASO DE QUE EL SOLICITANTE CUENTE CON ELLOS.
- LA FIRMA DEL SOLICITANTE DEBE SER AUTOGRAFA EN CADA SOLICITUD.
- LA CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION DEBEN REQUISITARLA.
- LAS SOLICITUDES DE ACREDITAMIENTO, CONSTANCIAS, IDENTIFICACIONES OFICIALES Y DEMAS DOCUMENTOS QUE SE PRESENTEN CON ALTERACIONES, RASPADURAS O ENMENDADURAS, NO TENDRAN VALIDEZ OFICIAL.
- DEBEN PRESENTARSE EN LA VENTANILLA DE ATENCION AL PUBLICO UBICADA EN LA DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS, RICARDO FLORES MAGON No. 1 ANEXO II PLANTA ALTA, COL. NONOALCO TLATELOLCO, DELEGACION CUAUHTEMOC, MEXICO 06995 D F.
- EN CASO DE QUE LA INSCRIPCION AL REGISTRO SE CONSIDERE PROCEDENTE, SE

EXPEDIRA LA CONSTANCIA RESPECTIVA.

Página 3 de 4

TRAMITE AL QUE CORRESPONDE LA FORMA

SOLICITUD DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO UNICO DE PERSONAS ACREDITADAS PARA REALIZAR TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES (PERSONAS FISICAS).

NUMERO DE REGISTRO FEDERAL DE TRAMITES EMPRESARIALES.

FUNDAMENTO JURIDICO ADMINISTRATIVO

ACUERDO POR EL QUE SE CREA EL REGISTRO UNICO DE PERSONAS ACREDITADAS PARA REALIZAR TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES.

DOCUMENTOS ANEXOS

LAS PERSONAS PROPUESTAS PARA RECIBIR LAS RESOLUCIONES DE LOS DIVERSOS TRAMITES, LAS QUE FIRMAN LA SOLICITUD Y LAS QUE FISICAMENTE SE PRESENTEN A REQUERIR EL REGISTRO DE PERSONALIDAD, DEBEN PRESENTAR IDENTIFICACION OFICIAL VIGENTE CON NOMBRE COMPLETO, FOTOGRAFIA Y FIRMA EN DOCUMENTO ORIGINAL Y UNA COPIA DE ESTA, A FIN DE HACER EL COTEJO DE FIRMAS. EL ORIGINAL CORRESPONDIENTE SE DEVUEVE EN EL ACTO.

LOS DOCUMENTOS Y TESTIMONIOS DEBEN PRESENTARSE EN ORIGINAL O COPIA CERTIFICADA ANTE FEDATARIO PUBLICO O COPIA SIMPLE PARA SU COTEJO.

PERSONA FISICA

- CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
- MODIFICACIONES AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (CAMBIO DE DOMICILIO FISCAL, AUMENTO DE OBLIGACIONES, Y OTROS), EN SU CASO.

- CONSTANCIA DE LA CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION.
- EN CASO DE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO, DEBERA PRESENTARSE DOCUMENTO OTORGADO ANTE FEDATARIO PUBLICO DONDE CONSTEN CARGOS Y FACULTADES PARA ACTOS DE DOMINIO, DE ADMINISTRACION Y DE PLEITOS Y COBRANZAS, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 2554 DEL CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL EN MATERIA COMUN Y PARA TODA LA REPUBLICA EN MATERIA FEDERAL, O ESPECIAL PARA SUSCRIBIR DIVERSOS TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES, DE ACUERDO CON LOS REQUISITOS SOLICITADOS EN CADA TRAMITE.

PARA EXTRANJEROS

- LOS EXTRANJEROS DEBERAN PRESENTAR LA DOCUMENTACION QUE COMPRUEBE SU LEGAL ESTANCIA EN EL PAIS Y LA DEBIDA AUTORIZACION PARA DEDICARSE A LAS ACTIVIDADES QUE PRETENDAN REALIZAR, SEGÚN LAS DISPOSICIONES APLICABLES.

NUMERO TELEFONICO DEL RESPONSABLE DEL TRAMITE PARA CONSULTAS: 57.82.41.44

EXT. 4068

SRE

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES



Consultas 782-41-44 Ext. 4068
 Dirección General de Asuntos Jurídicos

Página 1 de 4

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: _____

Folio: _____

SOLICITUD DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO UNICO DE PERSONAS ACREDITADAS PARA REALIZAR TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES (PERSONAS MORALES)

FECHA DE RECEPCION		
DIA	MES	AÑO

LLÉNESE CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA

I.- DATOS DEL SOLICITANTE		
DENOMINACION O RAZON SOCIAL		
DOMICILIO.		REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
CALLE	NUMERO EXTERIOR	NUMERO INTERIOR
COLONIA	CODIGO POSTAL	
DELEGACION, MUNICIPIO O LOCALIDAD	ENTIDAD FEDERATIVA	
TELEFONO (S)	FAX	CORREO ELECTRONICO
OBJETO SOCIAL O ACTIVIDAD PREPONDERANTE:		

2.- DATOS DE INSCRIPCIÓN DE LA PERSONA MORAL EN EL REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y DE COMERCIO:

3.- NOMBRE DEL(LOS) REPRESENTANTE(S) LEGAL(ES):

- 1.-
- 2.- . .
- 3.-
- 4.-
- 5.-
- 6.-

CARGO:

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-
- 6.-

TIPO Y LA VIGENCIA DEL PODER CONFERIDO:

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-
- 6.-

4.- PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE

NOMBRE

CARGO

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE:

NOTA: ANTES DE LLENAR

ESTA FORMA, LEA LAS
CONSIDERACIONES GENERALES AL REVERSO

CONSIDERACIONES GENERALES

- ESTE FORMATO ES DE LIBRE REPRODUCCION, EN HOJA BLANCA, TAMAÑO CARTA Y EN PAPEL BOND.
- EL FORMATO SE PRESENTA EN ORIGINAL, EN CASO DE QUE EL INTERESADO REQUIERA COPIA, ANEXAR PARA EL ACUSE DE RECIBO CORRESPONDIENTE.
- DEBEN RESPETARSE LAS AREAS SOMBREADAS, LAS CUALES ESTAN DESTINADAS PARA USO EXCLUSIVO DE LA SRE.
- SOLO SE RECIBEN LAS SOLICITUDES DEBIDAMENTE REQUISITADAS.
- LOS DATOS DE TELEFONO, FAX Y CORREO ELECTRONICO DEBERAN LLENARSE SOLO EN CASO DE QUE EL SOLICITANTE CUENTE CON ELLOS
- EN EL PUNTO 4 LA PERSONA QUE REALICE EL TRAMITE DEBERA CONTAR CON FACULTADES PARA REPRESENTAR A LA EMPRESA ANTE LAS AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS.
- LA FIRMA DEL SOLICITANTE DEBE SER AUTOGRAFA EN CADA SOLICITUD.
- LAS SOLICITUDES DE ACREDITAMIENTO, CONSTANCIAS, IDENTIFICACIONES OFICIALES Y DEMAS DOCUMENTOS QUE SE PRESENTEN CON ALTERACIONES, RASPADURAS O ENMENDADURAS, NO TENDRAN VALIDEZ OFICIAL.
- DEBEN PRESENTARSE EN LA VENTANILLA DE ATENCION AL PUBLICO UBICADA EN LA DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS, RICARDO FLORES MAGON No. 1 ANEXO II PLANTA ALTA. COL. NONOALCO TLATELOLCO, DELEGACION CUAUHTEMOC, MEXICO 06995 D.F.
- EN CASO DE QUE LA INSCRIPCION AL REGISTRO SE CONSIDERE PROCEDENTE, SE EXPEDIRA LA CONSTANCIA RESPECTIVA.

TRAMITE AL QUE CORRESPONDE LA FORMA

SOLICITUD DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO UNICO DE PERSONAS ACREDITADAS PARA REALIZAR TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES (PERSONAS MORALES).
NUMERO DE REGISTRO FEDERAL DE TRAMITES EMPRESARIALES.

DOCUMENTOS ANEXOS

LAS PERSONAS PROPUESTAS PARA SUSCRIBIR DIVERSOS TRAMITES, LAS QUE FIRMEN LA SOLICITUD Y LAS QUE FISICAMENTE SE PRESENTEN A REQUERIR EL REGISTRO DE PERSONALIDAD, DEBEN PRESENTAR IDENTIFICACION OFICIAL VIGENTE CON NOMBRE COMPLETO, FOTOGRAFIA Y FIRMA EN DOCUMENTO ORIGINAL Y UNA COPIA DE ESTA, A FIN DE HACER EL COTEJO DE FIRMAS. EL ORIGINAL CORRESPONDIENTE SE DEVUEVE EN EL ACTO.

LOS DOCUMENTOS Y TESTIMONIOS DEBEN PRESENTARSE EN ORIGINAL O COPIA CERTIFICADA ANTE FEDATARIO PUBLICO O COPIA SIMPLE PARA SU COTEJO.

PARA PERSONA MORAL:

- CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES.
- ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA CON LOS DATOS DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO PUBLICO DE LA PROPIEDAD O DEL COMERCIO.
- DOCUMENTO OTORGADO ANTE FEDATARIO PUBLICO DONDE CONSTEN LAS MODIFICACIONES AL ACTA CONSTITUTIVA, EN SU CASO.
- EN CASO DE REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO, DEBE PRESENTARSE DOCUMENTO OTORGADO ANTE FEDATARIO PUBLICO DONDE CONSTEN CARGO Y FACULTADES PARA ACTOS DE DOMINIO, DE ADMINISTRACION Y DE PLEITOS Y COBRANZAS, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 2554 DEL CODIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL EN MATERIA COMUN Y PARA TODA LA REPUBLICA EN MATERIA FEDERAL, O ESPECIAL PARA SUSCRIBIR DIVERSOS TRAMITES ANTE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES, DE ACUERDO CON LOS REQUISITOS SOLICITADOS EN CADA TRAMITE.

PARA EXTRANJEROS:

- LOS EXTRANJEROS DEBERAN PRESENTAR LA DOCUMENTACION QUE COMPRUEBE SU LEGAL ESTANCIA EN EL PAIS Y LA DEBIDA AUTORIZACION PARA DEDICARSE A LAS ACTIVIDADES QUE PRETENDAN REALIZAR, SEGÚN LAS DISPOSICIONES APLICABLES.

**NOTIFICACION POR FALTA DE REQUISITOS
PERSONAS MORALES**

DENOMINACION O RAZON SOCIAL: _____

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: _____

TELEFONO: _____

IDENTIFICACION: _____

OBSERVACIONES: _____

NOTIFICA.

NOMBRE Y FIRMA
EN UN TERMINO NO MAYOR DE CINCO DIAS HABILES SUBSANARE LAS OBSERVACIONES QUE SE INDICAN.

ENTERADO Y NOTIFICADO.

NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL
FIRMA

Página



SRE
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

Consultas 782-41-44 Ext. 4068
Dirección General de Asuntos Jurídicos

Página 1 de 4

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: _____

Folio: _____

**SOLICITUD DE PERMISO DE CONSTITUCION DE SOCIEDAD
(ARTICULO 15 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)**

NOMBRE DEL PROMOVENTE

DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES

PERSONAS AUTORIZADAS PARA RECIBIR LA RESOLUCION.

DENOMINACION

SOLICITADA EN ORDEN

DE PREFERENCIA

REGIMEN JURIDICO DE LA PERSONA MORAL

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

Toda solicitud deberá ser resuelta dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha de su presentación, en caso contrario, el permiso solicitado se considerará otorgado, siendo aplicable lo establecido por el Artículo 16-A de la Ley de Inversión Extranjera.

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 5480-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01800-0014800 o desde Estados Unidos y Canadá al 188-5943372.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.



Llenar: a máquina
Oficinas centrales: original y una copia
Delegaciones Estatales: Original y dos copias
Anexar: Original y copia de pago Derechos

* Ultima fecha de autorización del formato por parte de Oficialía Mayor: 28 de junio de 1999.

Ultima fecha de autorización del formato por parte de la Unidad de Desregulación Económica: 28 de junio de 1999.

SA-1

SRE

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES



Consultas 782-41-44 Ext. 4068
Dirección General de Asuntos Jurídicos

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: _____

Folio: _____

**SOLICITUD DE PERMISO DE CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON
SOCIAL (ARTICULO 16 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)**

EXPEDIENTE N° _____

NOMBRE DEL PROMOVENTE

DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR

NOTIFICACIONES

PERSONAS AUTORIZADAS PARA RECIBIR LA RESOLUCION

DENOMINACION ACTUAL

NUEVA DENOMINACION

SOLICITADA

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

Toda solicitud deberá ser resuelta dentro de los 5 días hábiles siguientes a la fecha de su presentación; en caso contrario, el permiso solicitado se considerará otorgado, siendo aplicable lo establecido por el Artículo 16-A de la Ley de Inversión Extranjera.

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 5480-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01800-0014800 o desde Estados Unidos y Canadá al 188-5943372.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.



Llenar: a máquina
Oficinas centrales: original y una copia
Delegaciones Estatales: Original y dos copias
Anexar: Copia del acta de asamblea donde se propone y acepta la modificación o en su defecto poder con facultades para actos de administración del promovente.
Original y copia de pago Derechos

4.6. PORQUE SE CONSIDERA A LA RAZÓN SOCIAL COMO SIGNO DISTINTIVO

Tomando como base lo que establece el *Artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial*, cuando señala :

ARTICULO 89.- Pueden constituir una Marca los siguientes signos:

I.- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;

II.- Las formas tridimensionales;

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el Artículo siguiente, y

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una *Marca registrada o un Nombre Comercial publicado*.

Así mismo, la Razón Social tiene también las siguientes funciones

- En sentido estricto es un elemento de la empresa,
- Es el nombre de la empresa y de la Hacienda en general,
- Es el nombre también agrícola, pero de ordinario comercial.
- Debe distinguirse
- No confundirse con el nombre civil del empresario (individuo o sujeto colectivo), cuando la una, o el otro, sean idénticos: Razón Social o Denominación Social o Patronímica.

Es por ello que se puede decir atinadamente que la Razón Social si cumple con las funciones propias de un Signo Distintivo ya que muchas veces el nombre de la empresa constituye en sí un valor importante del mismo comercio.

En algunos casos el sólo nombre de la empresa nos permite identificar el giro comercial de la empresa, Asociación o Sociedad, trae como consecuencia que la Razón Social permita al público consumidor diferenciarla de las demás de su misma especie.

Atento a lo anterior, podemos señalar que la Razón Social de un comercio además de todas las ventajas anteriormente señaladas, también sirve para la identificación no sólo del publico consumidor o del público a quien va dirigido el servicio que ésta presta sino también sirve para establecer la relación entre empresas filiales, empresas de una misma

cooperativa, o de un mismo grupo corporativo, pudiendo encontrar en tales casos cadenas de comercios que pertenecen a una misma familia o a una misma asociación, y con esto se puede identificar una presencia real de determinada asociación o sociedad.

Considerando que no sólo el público identifica a la empresa sino también los comerciantes que constituyen “la competencia”.

Es decir, gracias a esta Razón Social y atendiendo a algunas semejanzas en los nombres de los comercios se puede detectar alguna practica monopólica o practica desleal.

4.7. RELACIÓN DE LA RAZÓN SOCIAL CON LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LOS DERECHOS DE AUTOR.

En primer lugar hay que señalar que la propia *Ley de la Propiedad Industrial señala en su Artículo 87 que:*

ARTICULO 87.- Los industriales, comerciantes o prestadores de servicios podrán hacer uso de Marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten.

Sin embargo, el Derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Se sobreentiende que al hablar de las Marcas como Signos Distintivos se tendrán que involucrar inmediatamente a los comerciantes como los usuarios principales de los medios de protección que la ley ofrece.

Por otro lado cabe mencionar que es muy estrecha la relación que existe entre éstas, toda vez que muy difícilmente habrá un bien de protegido por la Propiedad Intelectual que no sea comercializado por una empresa legalmente constituida, lo anterior, en virtud de que lo ideal es que si el objeto de comercio es un bien registrado o protegido por la Propiedad Intelectual, la persona moral o ese conjunto de personas físicas tengan el cuidado de cumplir con los requisitos que le impone el estado para funcionar legalmente.

Es por ello que se da por hecho que los bienes de Propiedad Intelectual, tales como una revista de circulación semanal, producida y comercializada por una empresa editorial, es de esperarse que el bien que se comercializa se encuentre registrado ante la autoridad correspondiente y por tanto la empresa legalmente constituida.

La estrecha relación se hace manifiesta cuando el público, proveedores y autoridades se refieren a la empresa por su Razón Social y no por los nombres, Marcas o títulos de los productos que comercializan.

Lo anterior en muchas ocasiones se debe a que una empresa por su función como ente de comercio adquiere prestigio de calidad en los productos y servicios que comercializa, y

con ello ese nivel o esa categoría alcanza a cubrir o respalda a los bienes comercializados, tal es el caso de Liverpool, centro comercial que por ser considerado una tienda departamental de calidad, se cree asimismo que todos los productos, bienes y servicios que ésta comercializa son de la misma o similar calidad, ya que de lo contrario, el prestigio de la tienda estaría en riesgo.

Como ya se mencionaba anteriormente, es muy difícil hablar de un producto legítimo que se comercialice en el mercado informal, así como ilógico sería hablar de un negocio establecido y en regla que comercialice productos ilegales, ante lo cual encuentran la coexistencia la Razón Social y la Propiedad Intelectual.

CAPITULO QUINTO

PROTECCIÓN ACUMULADA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS

5.1. QUE SE ENTIENDE POR PROTECCIÓN ACUMULADA

Existen Creaciones del Intelecto que son objeto de protección de ambas áreas de la Propiedad Intelectual, susceptibles de protección dentro de la Propiedad Industrial, como en los ordenamientos jurídicos del Derecho de Autor, a esta doble protección o traslape de instituciones jurídicas se denomina "*Protección Acumulada*", problema que resulta en la práctica del Derecho Intelectual.

La Protección Acumulada, supone, que el titular de un Derecho de Autor puede invocar para su protección los distintos sistemas existentes en el ordenamiento jurídico, al mismo tiempo, o uno solo. Decisión que recaerá en manos del titular del bien, pudiendo elegir las diversas posibilidades de que dispone.

La Protección Acumulada se entiende como:

OPCIÓN JURÍDICA QUE DISPONE EL TITULAR DE UNA CREACIÓN QUE POR SU NATURALEZA ES CONTEMPLADO SIMULTANEAMENTE EN EL ÁMBITO DE LOS DERECHOS AUTORALES Y DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, PARA OBTENER SU PROTECCIÓN.

La Protección Acumulada es la opción con que cuenta el titular de un Derecho contemplado como objeto de tutela en cada uno de los campos, es decir, Derecho de Autor y la Propiedad Industrial, para complementar o reforzar su cobertura mediante formas legales de protección reguladas en el otro ordenamiento.¹³⁷

A pesar de las controversias que han surgido, así como la experiencia legislativa de otros países, México, y las reformas legislativas, no ha acogido ninguna solución doctrinal y jurisprudencial, menos, en el Derecho Positivo, respecto a la problemática de la Protección Acumulada.

En el campo de las obras artísticas aplicadas a la industria, donde se han producido diferencias sobre su régimen de protección legal y la posibilidad de aplicar el régimen citado por Casado Cervillo, Alberto, entre Propiedad Industrial y Propiedad Intelectual.

¹³⁷ Jalife Daher, Mauricio. *Comentarios a la Ley de la Propiedad Industrial*. Mc Graw Hill, México, 1998, pp 146-147.

En nuestro sistema jurídico se facilitaría a través de la protección en materia de Derechos de Autor y como Signos Distintivos, llámense registros de modelo o dibujo industrial, y eventualmente para el caso de los envases, aún como Marcas tridimensionales.

La problemática de la Protección Acumulada gira en torno al sistema de protección de las obras plásticas aplicadas, en nuestro país existen numerosos conflictos, referentes a la posibilidad de protección de nombres de grupos artísticos, como Marcas de servicio al amparo de la Ley de la Propiedad Industrial, obteniendo las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo de los mismos conforme a la Ley Federal del Derecho de Autor, situación que también se presenta tratándose de nombres artísticos y de publicaciones y difusiones periódicas.

Sin evitar la posibilidad de conflictos cuando se pretende registrar como Marca, el nombre de una obra literaria o artística, que ha sido objeto de protección al amparo de la legislación autoral.

El tema de la Protección Acumulada en relación a las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo y los Signos Distintivos, es el objetivo de mi trabajo de investigación, así como precisar su naturaleza jurídica.

El registro de la Reserva ante la autoridad autoral constituye un Derecho, ya que el momento en que surge el Derecho al Uso Exclusivo de la Reserva, es cuando lo expide la autoridad competente mediante el Certificado de Reserva.

Para garantizar la exclusividad de lo Reservable, las diferentes Legislaciones Autorales Mexicanas han sancionado en el ámbito Civil como Penal, que deberían cumplir los infractores del Derecho de Exclusividad que derivado de la Reserva.

5.2. SISTEMA LEGAL QUE PERMITE LA PROTECCIÓN ACUMULADA

A) LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR Y EL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

El capítulo II del título VIII de la Ley Federal del Derecho de Autor, bajo el nombre de "De las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, reglamenta las Instituciones materia de nuestro estudio, en su Artículo 173 define que la Reserva de Derechos:

ES LA FACULTAD DE USAR Y EXPLOTAR EN FORMA EXCLUSIVA TÍTULOS, NOMBRES, DENOMINACIONES, CARACTERÍSTICAS FÍSICAS Y PSICOLÓGICAS DISTINTIVAS, O CARACTERÍSTICAS DE OPERACIÓN ORIGINALES APLICADOS, DE ACUERDO CON SU NATURALEZA. A ALGUNO DE LOS GÉNEROS QUE EN EL MISMO PRECEPTO SE PRECISAN, Y QUE SON:

A) PUBLICACIONES PERIÓDICAS. Editadas en partes sucesivas con variedad de contenido y que pretenden continuarse indefinidamente.

B) DIFUSIONES PERIÓDICAS. Emitidas en partes sucesivas, con variedad de contenido y susceptibles de transmitirse.

C) PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN, O FICTICIOS O SIMBÓLICOS.

D) PERSONAS O GRUPOS DEDICADOS A ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, Y

E) PROMOCIONES PUBLICITARIAS. Contemplan un mecanismo novedoso y sin protección tendiente a promover y ofertar un bien o un servicio, con el incentivo adicional del Instituto Nacional del Derecho de Autor la posibilidad al público en general de obtener otro bien o servicio, en condiciones más favorables que en las que normalmente se encuentra en el comercio, con excepción del caso de los anuncios comerciales.

El Instituto Nacional del Derecho de Autor expedirá el Certificado respectivo, a fin hacer constar la protección a las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, mediante un procedimiento administrativo, detallado, en el Reglamento de la actual Ley.

El Instituto Nacional Del Derecho de Autor deberá verificar la forma en que se pretenda usar el título, nombre. Denominación o características objeto de Reserva de Derechos a fin de evitar la posibilidad de confusión con otra previamente otorgada, es decir, tendrá que realizar un examen de novedad de la materia de la Reserva , además de analizar la satisfacción de los requisitos y condiciones que eventualmente se establezcan en el Reglamento de la Ley.

La Reserva no podrá comprender todo aquello que no es materia de la misma,¹³⁸ sin importar que el legislador pretendió introducir en la Ley del Derecho de Autor un Artículo cuyo contenido es en gran parte similar al del Artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial, relativo a las hipótesis de irregistrabilidad de un signo Marcario, sin atender a la naturaleza y esencia de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo

El Artículo 188 debió colocarse inmediatamente después de los Artículos 175, 176 y 177 de la Ley Federal del Derecho de Autor , y no en el lugar que ocupa, con posterioridad a las hipótesis de nulidad, cancelación o caducidad de una Reserva, mismo que dispone lo siguiente:

ARTÍCULO 188. NO SON MATERIA DE RESERVA DE DERECHOS:

1. Los títulos, los nombres, las denominaciones, las características físicas o psicológicas, o las características de operación que pretendan aplicar-se a alguno de los géneros a que se refiere el Artículo 173 de la presente Ley, cuando:

¹³⁸ Artículo 188 de la Ley Federal del Derecho de Autor

a) Por su identidad o semejanza gramatical, fonética, visual o conceptual puedan inducir a error o confusión con una Reserva de Derechos previamente otorgada o en trámite.

No obstante lo establecido en el párrafo anterior, se podrán obtener Reservas de Derechos iguales dentro del mismo género, cuando sean solicitadas por el mismo titular;

b) Sean genéricos y pretendan utilizarse en forma aislada;

c) Ostenten o presuman el patrocinio de una sociedad, organización o institución pública o privada, nacional o internacional, o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, sin la correspondiente autorización expresa;

d) Reproduzcan o imiten sin autorización, escudos, banderas, emblemas o signos de cualquier país, estado, municipio o división política equivalente;

e) Incluyan el nombre, seudónimo o imagen de alguna persona determinada, sin consentimiento expreso del interesado, o

f) Sean iguales o semejantes en grado de confusión con otro que el Instituto estime notoriamente conocido en México, salvo que el solicitante sea el titular del Derecho notoriamente conocido;

II. Los subtítulos;

III. Las características gráficas;

IV. Las leyendas, tradiciones o sucesos que hayan llegado a individualizarse o que sean generalmente conocidos bajo un nombre que les sea característico;

V. Las letras o los números aislados;

VI. La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no Reservables;

VII. Los nombres de personas utilizados en forma aislada, excepto los que sean solicitados para la protección de nombres artísticos, denominaciones de grupos artísticos, personajes humanos de caracterización, o simbólicos o ficticios en cuyo caso se estará a lo dispuesto en el inciso e) de la fracción 1 de este Artículo, y

VIII. Los nombres o denominaciones de países, ciudades, poblaciones o de cualquier otra división territorial, política o geográfica, o sus gentilicios y derivaciones, utilizados en forma aislada.

Del criterio mencionado, es indudable la atribución de amplias facultades, las cuales encierran una gran discrecionalidad conferida al Instituto Nacional del Derecho de Autor para que en un momento determinado pudiera objetar y eventualmente negar, la concesión de una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

En cuanto a la vigencia del Certificado de la Reserva de Derechos, será de un año, contado a partir de la fecha de su expedición, en el caso de las otorgadas a títulos de publicaciones o difusiones periódicas, en tanto que será de cinco años, también contados a partir de la fecha de su expedición, cuando se otorgue a nombres y características físicas y

psicológicas distintivas de personajes tanto humanos de caracterización como ficticios o simbólicos, nombres o denominaciones de personas o grupos dedicados a actividades artísticas y denominaciones y características de operación originales de promociones publicitarias.

Resulta acertado lo indicado por el Artículo 189 de la Ley Federal del Derecho de Autor, tratándose de publicaciones periódicas, el Instituto Nacional del Derecho de Autor expedirá el Certificado de Reserva correspondiente, con independencia de cualquier otro documento que se pudiera exigir para la circulación de la obra, como podría ser:

1. el Certificado de licitud de título y
2. el Certificado contenido expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, que anteriormente se requería por parte de la entonces Dirección General del Derecho de Autor, a fin de emitir el Certificado de Reserva, lo que implicaba una carga burocrática adicional, y sin sustento legal claro, para el solicitante de una Reserva.

Los plazos de protección que amparan los Certificados de Reserva de Derechos son susceptibles de renovación por periodos sucesivos iguales, con excepción de los relativos a promociones publicitarias, las que al término de su vigencia pasarán a formar parte del dominio público, lo cual es claramente explicable atendiendo a la naturaleza temporal y efímera de las promociones o campañas publicitarias.

A fin de realizar la renovación de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, se requiere la presentación de la correspondiente solicitud ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor dentro del plazo comprendido desde un mes antes, hasta de un mes posterior al día del vencimiento de la Reserva de Derechos correspondiente, además de comprobar fehacientemente el uso de la misma y su utilización tal y como se concedió la Reserva, exigencia esta última que tiene su apoyo en el Artículo 179 de la Ley Federal del Derecho de Autor¹³⁹

Las Reservas de Derechos son susceptibles de transmisión, debiendo notificar los titulares de las Reservas al Instituto Nacional del Derecho de Autor, las transmisiones de los Derechos que amparan los Certificados correspondientes a fin de que queden debidamente inscritas.

Independientemente de la obligación de inscribir las transmisiones de las Reservas, el Instituto Nacional del Derecho de Autor también tiene la obligación de inscribir, y en su caso, expedir las constancias correspondientes, cuando se declare la nulidad de una Reserva, cuando proceda la cancelación o la caducidad de una Reserva, además de todas aquellas anotaciones que le requiera una autoridad competente existiendo el mandamiento respectivo.

¹³⁹ Artículo 179 de la Ley Federal del Derecho de Autor.- Dispone que los títulos, nombres, denominaciones o características objeto de reservas de derechos, deberán ser utilizados tal y como fueron otorgados, y cualquier variación en sus elementos será motivo de una nueva reserva.

De conformidad con el Artículo 183 de la Ley Federal del Derecho de Autor , una Reserva de Derechos será nula cuando:

- a) Sea igual o semejante en grado de confusión con otra previamente otorgada o en trámite;
- b) Hayan sido declarados con falsedad los datos que, de acuerdo con el reglamento, sean esenciales para su otorgamiento;
- c) Se demuestre tener un mejor Derecho por un uso anterior, constante e ininterrumpido en México, a la fecha del otorgamiento de la Reserva ,
- d) Se hayan otorgado en contravención a las disposiciones del capítulo II del título VIII de la Ley Federal del Derecho de Autor .

Como se puede apreciar sin necesidad de grandes análisis, las causales de nulidad de una Reserva de Derechos son muy similares a las que para el caso de registros Marcarios previene el Artículo 15 1 de la Ley de la Propiedad Industrial, con la salvedad de que si la Ley de la Propiedad Industrial establece los plazos para el ejercicio oportuno de las acciones de nulidad, la Ley Federal del Derecho de Autor es omisa en este aspecto, y, en todo caso, habría que aplicar de manera supletoria los plazos previstos en la legislación común.

El Artículo 184 de la Ley Federal del Derecho de Autor , establece que, procederá la cancelación de los actos emitidos por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, en los expedientes de Reservas de Derechos cuando:

- a) El solicitante hubiere actuado de mala fe en perjuicio de tercero, o con violación a una obligación legal o contractual;
- b) Se haya declarado la nulidad de una Reserva ;
- c) Los títulos, nombres, denominaciones o características objeto de Reservas de Derechos, se utilicen de manera distinta a como fueron otorgados y se cause confusión con otra Reserva que se encuentre protegida;
- d) Sea solicitada por el titular de una Reserva , o
- e) Sea ordenado mediante resolución firme de autoridad competente.

Respecto a lo establecido en el Artículo 184, la primera causal de cancelación de la inscripción se debería considerar como una hipótesis de nulidad, puesto que la conducta del solicitante de la Reserva que daña los principios de la buena fe o los establecidos en la Ley, fue la que condujo al otorgamiento de la Reserva , misma que surgió, afectada de nulidad, por tratarse de un acto contrario a Derecho.

La caducidad de una Reserva se da cuando la misma no se renueva en los términos establecidos por la Ley, sin que se requiera declaración administrativa por parte del Instituto Nacional del Derecho de Autor. En relación a las declaraciones administrativas de nulidad y cancelación, el procedimiento tendiente a la obtención de las mismas se podrá iniciar de oficio por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, a petición de parte, o del Ministerio Público de la Federación, cuando tenga algún interés la Federación.

La Ley Federal del Derecho de Autor, no establece expresamente el momento en que inicia un procedimiento de declaración administrativa de nulidad o de cancelación, acreditando tener interés legítimo, con el alcance que sobre el particular previene el Artículo 10. del Código Federal de Procedimientos Civiles, así como la interpretación judicial que se ha dado a este último precepto.

Aún cuando el Artículo 187 de la Ley Federal del Derecho de Autor dispone que los procedimientos de nulidad y cancelación de una Reserva de Derechos se sustanciarán y resolverán de conformidad con las disposiciones que para tal efecto se establezcan en el Reglamento de la Ley, es claro que a la luz del Artículo 214 de la misma Ley, habrán de conocer de dichos procedimientos los tribunales federales, particularmente los Juzgados de distrito, y en todos los juicios será parte el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Con objeto de evitar la usurpación de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo y en claro contraste con los preceptos anteriormente vigentes que consideraban dichas conductas usurpadoras como delitos, el Artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor, en sus fracciones VII y VIII, establece que constituyen infracciones en materia de comercio, cuando sean realizadas con fines de lucro directo o indirecto, las conductas de usar, reproducir o explotar una Reserva de Derechos protegida, así como la de usar o explotar un nombre, título, Denominación, características físicas o psicológicas, o características de operación, de tal forma que induzcan a error o confusión con una Reserva de Derechos protegida.

La clasificación de competencias existente entre las autoridades administrativas, prevista en el Artículo 20. de la Ley y precisada con mayor detalle en el numeral 232 del mismo ordenamiento, las infracciones en materia de comercio serán sancionadas por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con multa de cinco mil hasta diez mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal en la fecha de la comisión de la infracción, pudiendo aplicarse una multa adicional de hasta quinientos días de salario mínimo general vigente por cada día en que persista la infracción. Se previene un incremento de las multas hasta en un cincuenta por ciento respecto de las cantidades antes aludidas, cuando el infractor fuese un editor, organismo de radiodifusión, o cualquier persona física o moral que explote obras a escala comercial.

Dentro de estos procedimientos administrativos de infracción, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial actuará con arreglo al procedimiento y formalidades previstas en los títulos sexto y séptimo de la Ley de la Propiedad Industrial, pudiendo adoptar las medidas precautorias previstas en dicha Ley.

B) LEY FEDERAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL Y EL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

El Artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial se establecen los signos que pueden constituir una Marca, siendo ésta todo signo que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

De esta manera, se entiende que además de las Marcas, los nombres comerciales, los avisos comerciales y las Denominaciones de Origen se entienden como signos distintivos.

El Artículo antes mencionado expone los supuestos legales que se refieren a los signos que pueden constituir una Marca y son:

1. LAS DENOMINACIONES Y FIGURAS VISIBLES.
2. LAS FORMAS TRIDIMENSIONALES.
3. LOS NOMBRES COMERCIALES Y DENOMINACIONES O RAZONES SOCIALES.
4. EL NOMBRE PROPIO DE UNA PERSONA FÍSICA.

La Ley de la Propiedad Industrial, establece en su Artículo 90, lo que no se registrará como Marca.

ARTÍCULO 90. NO SE REGISTRARAN COMO MARCA:

I.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aun cuando sean visibles;

II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden ampararse con la Marca, así como aquellas palabras que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en la designación usual o genérica de los mismos;

III.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de originalidad que las distinga fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial;

IV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como Marca. Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de elementos tales como signos, diseños o denominaciones, que les den un carácter distintivo.

VI.- La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables;

VII.- Las que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país, Estado, municipio o divisiones políticas equivalentes, así como las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales,

gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;

VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un estado, sin autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Las que reproduzcan o imiten los nombres o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;

XI.- Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario;

XII.- Los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado;

XIII.- Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos, a menos que el titular del Derecho correspondiente lo autorice expresamente;

XIV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar;

XV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una Marca que el Instituto estime notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Se entenderá que una *Marca es notoriamente conocida* en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la Marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa Marca en relación con sus productos o servicios, así como el conocimiento que se tenga de la Marca en el territorio, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

El legislador comenzó a delimitar los conflictos que podrían surgir con motivo de la Protección Acumulada, al ampliar el alcance de dicho precepto, incluyendo como no registrables los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, así como los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos, a menos que se cuente con el consentimiento del titular del Derecho correspondiente, lo que implica que debe existir una coincidencia entre el titular en materia autoral y el que lo sea del registro Marcario.

A pesar de la existencia de dicho precepto, en la práctica se han dado varios casos en que el titular del registro Marcario es una persona distinta a aquella que obtuvo ante el

Instituto Nacional del Derecho de Autor, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, debido a la falta de coordinación entre ambas dependencias de la administración pública, así como al desconocimiento del funcionario encargado de la tramitación del correspondiente registro de Marca o Reserva, de la existencia del diverso Derecho de Propiedad Intelectual.

5.3. REQUISITOS PARA LA EXISTENCIA Y CONTINUIDAD DE LA PROTECCIÓN ACUMULADA.

Al hablar de los elementos necesarios para poder decir que nos encontramos ante un caso de Protección Acumulada de Signos Distintivos, es necesario contar con los siguientes elementos:

1. OBJETO
2. SUJETO
3. DERECHO

1. OBJETO

Necesariamente tiene que existir la figura de Propiedad Industrial, de Derechos de Autor o una Razón Social para que pueda darse la Protección Acumulada, es decir, no se da una Protección Acumulada sobre bienes inexistentes por creaciones intelectuales que no han sido fijadas en un soporte material, así como tampoco se podrá proteger una Razón Social de un comercio que no se haya constituido.

CARACTERÍSTICAS DEL OBJETO

Claro esta, que ante la creación de cualquiera de los tres ejemplos citados en el párrafo anterior, nace la posibilidad de una Protección Acumulada y se puede decir que surge una posibilidad para que no sea necesaria dicha protección o la aplicación de dicho criterio, sino que, al crearse el bien se crea la posibilidad de que más adelante se este frente a una Protección Acumulada.

Asimismo, se debe entender que no es importante el orden en el que aparezcan estos objetos o bienes, ya que no depende su validez de cual fue la que apareció primero, sino de otros conceptos que más adelante trataremos con mayor detalle, ya que lo único que se pretende es establecer que el primer elemento de la Protección Acumulada, es de un bien que puede ser protegido por una norma jurídica.

2. SUJETO.

Este elemento es aun más sencillo de comprender ya que al existir el elemento objeto o bien, directamente se relaciona con un sujeto que será su titular, siendo por lo tanto éste

sea el que tenga un Derecho preferencial sobre los demás sujetos que generen, desarrollen, o formen un objeto con posterioridad.

Es decir, la persona física, moral o jurídica es a quien corresponden los Derechos sobre el reconocimiento sobre el objeto y posteriormente los Derechos de uso exclusivo de dicho bien.

Entendiéndose por tanto que, siempre hay un ente titular o poseedor del Derecho al Uso Exclusivo de un objeto o bien jurídico.

Es preciso mencionar que no sólo el que crea o no siempre el que crea es el poseedor de este Derecho, sino que también existe la posibilidad de que sean otros los titulares de ese Derecho aún y que no hayan sido ellos los que hayan dado vida a ese bien jurídico.

Aclarando lo de los sujetos en la protección acumulado debemos saber que existen diferentes sujetos que intervienen en los bienes de Propiedad Intelectual, tal y como se menciona a continuación:

- Originarios
- Derivados
- Titulares
- Usuarios
- Concesionarios

3. DERECHO.

Anteriormente, se mencionó la necesidad de que exista un objeto o bien jurídico, asimismo y de igual forma, resulta importante la existencia de una norma jurídica que regule la protección de ese bien jurídico ya que sólo así se podrá hablar de una Protección Legal.

La Ley Federal del Derecho de Autor contempla las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo mediante los Certificados de Reservas al Uso Exclusivo.

La Ley de la Propiedad Industrial protege a los Signos Distintivos de tal manera en el Capítulo Segundo, se hace mención de las Marcas, los Avisos, los Nombres Comerciales y las Denominaciones de Origen,¹⁴⁰ los cuales se protegen de la siguiente manera:

¹⁴⁰ Artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial - Se entiende por *MARCA* a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 100 de la Ley de la Propiedad Industrial.- Se considera *AVISO COMERCIAL*, a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negocios comerciales, industriales o de servicios, productos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie

Artículo 156 de la Ley de la Propiedad Industrial.- Se entiende por *DENOMINACIÓN DE ORIGEN*, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales y los humanos

Artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial - El *NOMBRE COMERCIAL* de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección

Las Marcas, mediante su registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, como lo menciona el Artículo 87 de la Ley de la Propiedad Industrial¹⁴¹.

Los Avisos Comerciales, se protegerán mediante su registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, como lo menciona el Artículo 99 de la Ley de la Propiedad Industrial¹⁴².

Los Nombres Comerciales, estarán protegidos sin necesidad de registro, así mismo, lo establece el Artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial¹⁴³.

▪ En cuanto a las Denominaciones de Origen, su protección iniciará con la declaración que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial¹⁴⁴

abará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo

¹⁴¹ Artículo 87 de la Ley de la Propiedad Industrial.- Los industriales, comerciantes o prestadores de servicios podrán hacer uso de Marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

¹⁴² Artículo 99 de la Ley de la Propiedad Industrial.- El derecho exclusivo para usar un aviso comercial se obtendrá mediante su registro ante el Instituto

¹⁴³ Artículo 105 de la Ley de la Propiedad Industrial.- El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección abará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

¹⁴⁴ Artículo 157 de la Ley de la Propiedad Industrial - La protección que esta Ley concede a las denominaciones de origen se inicia con la declaración que al efecto emita el Instituto. El uso ilegal de la misma será sancionado, incluyendo los casos en que venga acompañada de indicaciones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal.

Artículo 158 de la Ley de la Propiedad Industrial - La declaración de protección de una denominación de origen, se hará de oficio o a petición de quien demuestre tener interés jurídico.

5.4. INICIO Y VIGENCIA DE LA PROTECCIÓN ACUMULADA

RESERVAS	VIGENCIA DEL CERTIFICADO DE RESERVAS	RENOVACIÓN DEL CERTIFICADO DE RESERVAS
a) Publicaciones periódicas	1 año contado a partir de la fecha de su expedición	Renovable por 1 año dentro del plazo de comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de su vencimiento de la Reserva
b) Difusiones periódicas	1 año contado a partir de la fecha de su expedición	Renovable por 1 año dentro del plazo de comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de su vencimiento de la Reserva
c) Personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos	5 años contados a partir de la fecha de su expedición	Renovable por 5 años dentro del plazo de comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de su vencimiento de la Reserva
d) Personas o grupos de personas dedicados a actividades artísticas	5 años contados a partir de la fecha de su expedición	Renovable por 5 años dentro del plazo de comprendido desde un mes antes, hasta un mes posterior al día de su vencimiento de la Reserva
e) Promociones publicitarias	5 años contados a partir de la fecha de su expedición	No renovables, al término de su vigencia pasarán a formar parte del dominio público

SIGNOS DISTINTIVOS	PROTECCION	INICIO DE LA PROTECCIÓN	VIGENCIA DE LA PROTECCIÓN	MODO DE CONCLUIR LA PROTECCION
MARCAS	El Derecho de exclusividad sobre el Signo Distintivo Marcario sólo se obtiene mediante su registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ¹⁴⁵	Los efectos del registro de la Marca, inician contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud	Los efectos del registro de la Marca, tienen una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha legal, que es el día de la presentación de la solicitud. Es renovable de modo indefinido por periodos de 10 años a condición de que la solicitud de renovación se presente por el titular del registro dentro de los 6 meses anteriores al vencimiento de su vigencia. ¹⁴⁶	<p>CADUCIDAD DEL REGISTRO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • por uso de la Marca en forma distinta a como fue registrada, si las modificaciones alteran su carácter distintivo • porque la Marca dejó de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración de caducidad a menos que exista causa justificada para la suspensión del uso durante dicho periodo • porque no se efectúa su renovación <p>CANCELACION DEL REGISTRO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • por voluntad del titular, cuando renuncia al Derecho de exclusividad de la Marca • por disolución de la Marca motivada porque su titular provocó o toleró que se transforme en una Denominación genérica de los productos o servicios para los cuales se registró <p>NULIDAD DEL REGISTRO</p> <ul style="list-style-type: none"> • por alguno de los motivos previstos por la ley.
AVISOS COMERCIALES	El Derecho exclusivo para usar un Aviso Comercial se obtendrá mediante su registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ¹⁴⁷	En el momento en que se presenta la solicitud de registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial	La vigencia del registro del Aviso Comercial tiene limitada su vigencia a un periodo de 10 años, a partir de la fecha de presentación de la solicitud El registro podrá renovarse por periodos de la misma duración, 10 años.	a) No renovar la vigencia del registro b) Vencimiento del plazo c) Nulidad, si en el otorgamiento imperó alguna de las prohibiciones relativas al registro de las Marcas.

¹⁴⁵ Artículos 87 y 92 de la Ley de la Propiedad Industrial

¹⁴⁶ Artículos 95 y 133 de la Ley de la Propiedad Industrial

¹⁴⁷ Artículo 99 de la Ley de la Propiedad Industrial

<p>NOMBRES COMERCIALES</p>	<p>La fuente originadora del Derecho exclusivo, será el uso del Signo Distintivo¹⁴⁸.</p> <p>Podrá publicarse en la Gaceta de la Propiedad Industrial a fin de establecer una presunción de buena fe por quien adopta el signo¹⁴⁹.</p>	<p>En el momento en que se acredita que el nombre en cuestión se encuentra en uso</p>	<p>El efecto de la publicación del Nombre Comercial tiene limitada su vigencia a un periodo de 10 años.</p> <p>Podrá ser renovada indefinidamente por periodos de 10 años, en el último semestre de cada periodo de 10 años¹⁵⁰</p>	
<p>DENOMINACIONES DE ORIGEN</p>	<p>Será mediante la declaración que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.</p>	<p>La protección inicia con la declaración que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, pudiendo ser de oficio o a petición de parte con interés jurídico.</p>	<p>Estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y solo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial que la revoque¹⁵¹</p>	<p>NULLIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuando se otorgue en contravención a las disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial • cuando se otorgue atendiendo a datos y documentos falsos <p>CANCELACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuando el usuario autorizado use la Denominación de Origen en forma diferente a la establecida en la declaración de protección <p>TERMINACIÓN DE LA VIGENCIA</p>

¹⁴⁸ Artículos 105 de la Ley de la Propiedad Industrial y artículo 8 del Convenio de París - El Nombre Comercial será protegido en todos los países de la Unión sin obligación de depósito o de registro.

¹⁴⁹ Artículo 106 de la Ley de la Propiedad Industrial

¹⁵⁰ Artículo 110 de la Ley de la Propiedad Industrial

¹⁵¹ Artículos 165 y 166 de la Ley de la Propiedad Industrial

5.5. CONTROVERSIAS FRENTE A LA PROTECCIÓN ACUMULADA DE LAS RESERVAS DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO Y LAS MARCAS

La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo crea conflictos, razón por la cual se debe de conocer la problemática que ocasiona a los signos Marcarios.

Desde el punto de vista de la Propiedad Industrial, en un intento de establecer el deslinde entre las Marcas, los Derechos de autor y las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo, en el Artículo 90 fracción XIII de la Ley de la Propiedad Industrial se establece lo que no será registrable como Marca.

ARTÍCULO 90.- NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCA:

XIII.- Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos, a menos que el titular del Derecho correspondiente lo autorice expresamente;"

Es por ello que, no serán registrables como Marcas:

- Los títulos de obras intelectuales o artísticas.
- Los títulos de publicaciones y difusiones periódicas.
- Los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización.
- Los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos.

Serán registrables como Marca, cuando el titular del Derecho correspondiente lo autorice expresamente, así se salvaguardan los Derechos adquiridos a través de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, lo cual confirma la naturaleza que como Signo Distintivo tiene la misma. En relación a la *Ley Federal del Derecho de Autor*, en su Artículo 164 fracción III, inciso d) se indica lo siguiente:

ARTÍCULO 164.- El Registro Público del Derecho de Autor tiene las siguientes obligaciones:

III. Negar la inscripción de:

d) Las Marcas, a menos que se trate al mismo tiempo de una obra artística y la persona que pretende aparecer como titular del Derecho de Autor lo sea también de ella."

El legal no resuelve la problemática, ya que lo que se pretende lograr es que se otorgue la inscripción de las Marcas en el Registro Público del Derecho de Autor, sólo si la persona que pretenda obtener protección en el ámbito del Derecho de Autor como obra artística, también lo sea de la Marca en comento.

El Artículo 164 *fracción III inciso d)* de la Ley Federal del Derecho de Autor no resuelve el problema, en virtud de que la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo no es un Derecho de Autor, sino un Derecho *sui generis* dentro de la Propiedad Intelectual, que consiste en obtener del Estado una facultad exclusiva de usar y explotar títulos para una publicación o difusión periódica; para utilizar nombres o denominaciones artísticas a favor de personas o grupos; características físicas y psicológicas distintivas de personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos; o características de operación originales aplicados a promociones publicitarias; por lo que no resulta dable aplicar lo establecido en el Artículo 164 *fracción III inciso d)* de la Ley Federal del Derecho de Autor

A) MARCAS Y TÍTULOS DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS

El Derecho al Uso y explotación exclusivo de un Título de Publicación Periódica se obtiene mediante el Certificado que otorga el Instituto Nacional del Derecho de Autor y mediante su registro como Marca en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

La persona que obtiene la Reserva de Derechos de un Título de Publicación Periódica obtiene también el Derecho de usarlo en forma exclusiva, así también quien obtiene el registro Marcario para un título de una publicación periódica, también le corresponde ese Derecho, consistente en el uso exclusivo de la Denominación.

Los Títulos de Publicaciones Periódicas son Signos Distintivos y tienen las mismas características y funciones de las Marcas de comercio e industria.

La Marca es un signo visible que distingue productos o servicios de otros de su misma clase o especie en el mercado, a diferencia del título de una publicación periódica, que es un signo que distingue productos (publicaciones) de otros de su misma clase.

La regulación y protección de Marcas y de las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo de Títulos de Publicaciones Periódicas tienen algunos puntos en común.

Se constituyen como Marca las denominaciones y figuras visibles, las formas tridimensionales, los nombres comerciales y Denominaciones o Razones Sociales y el nombre propio de una persona física. Puede constituir una Reserva de Derechos un Título de Publicación Periódica cualquier Denominación o nombre.

Las Marcas se registran según los productos o servicios a que se aplican, de conformidad con la clasificación establecida en el Artículo 56 del *Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial*; por ello, "EL UNIVERSAL" es el título de un diario o periódico, susceptible de protección bajo la figura jurídica de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del género de publicación periódica.

Sin embargo, también es una Marca susceptible de registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial bajo la clase 16 de la mencionada clasificación. que ampara, entre otros, papel, cartón y Artículos de estas materias, no comprendidos en otras clases;

productos de imprenta; Artículos de encuadernación; fotografías; papelería; en virtud que de conformidad con la *fracción I del Artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial*, las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase.

La Marca como el título de una publicación periódica tiene como función principal identificar y distinguir un producto o servicio de otros de su misma clase o especie.

En la práctica, el editor o propietario de una revista o periódico, protege el título de su publicación periódica con registro Marcario y con Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, de conformidad con el *Artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial*, no es posible obtener esta doble protección en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, cuando no se trata del mismo titular, como ya se ha mencionado, posiblemente se concedan a personas distintas Derechos de uso exclusivo de un mismo Signo Distintivo, aplicado a una misma Denominación, uno de ellos con Reserva de Derechos al Uso Exclusivo y otro con registro Marcario.

Los Títulos de Publicaciones Periódicas además de ser objeto de protección como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, tal y como se establece en la Ley Federal del Derecho de Autor, son también susceptibles de protección como Marca de conformidad con la Ley de la Propiedad Industrial.

B) MARCAS Y TÍTULOS DE DIFUSIONES PERIÓDICAS

Los conflictos legales que suscita la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de Títulos de Publicaciones Periódicas surgen con respecto a los títulos de difusiones periódicas, igual que los títulos de publicaciones periódicas, los títulos de Difusiones Periódicas pueden constituirse en Marcas de servicio.

Los títulos de Difusiones Periódicas son signos que distinguen una transmisión, ya sea de un programa de televisión, de un programa de radio o difusión vía red de cómputo, de otra de su misma especie o clase en el mercado, posiblemente se concedan a personas distintas Derechos de uso exclusivo de un mismo Signo Distintivo, aplicado a una misma actividad o servicio, uno de ellos con Reserva y otro, con registro Marcario.

EJEMPLO:

“LA TELARAÑA” es el título de un programa de radio susceptible de protección como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, bajo el género de difusión periódica. Sin embargo, “LA TELARAÑA” también es una Marca susceptible de registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, bajo la clase 38 de la clasificación oficial de productos y servicios para el registro de las Marcas, que ampara servicios de telecomunicaciones a través de la emisión de un programa de radio), de conformidad con la *fracción I del Artículo 89 de la Ley de la Propiedad Industrial*, las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de

aplicarse, frente a los de su misma especie o clase.

Es posible que se concedan a personas distintas Derechos de uso exclusivo de un mismo Signo Distintivo, aplicado a una misma actividad o servicio, uno de ellos con Reserva de Derechos al Uso Exclusivo y otro con registro Marcario.

Existen NOMBRES DE DOMINIO, los cuales se conocen como direcciones de páginas (“web site”, cuya aplicación world wide web, es conocida mundialmente por sus siglas www) expresadas para facilitar al usuario en la “navegación”.

Fueron diseñados con el fin de permitir a los usuarios localizar páginas web de manera fácil, los nombres de dominio han adquirido mayor importancia en tanto que reflejan un indicador comercial y, como tales, han provocado conflictos con el sistema de indicadores comerciales que existía antes de la llegada de Internet y que se encuentran protegidos por Derechos de Propiedad Intelectual.

En el año 1989 el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Monterrey, mantiene las tablas de nombres de dominio para “.com.mx”, “.org.mx”, “.gob.mx”, “.net.mx”, y “.mx”, y en octubre de 1996 el “.edu.mx”. Actualmente, esta actividad es realizada por el Network Information Center (NIC-MÉXICO) en esa Institución Educativa.¹⁵²

Es importante mencionar que NIC-MÉXICO, contrario a la idea generalizada que se tiene, errónea por cierto, no es una autoridad legal, la asignación que dicha persona realiza de los nombres de dominio no se materializa en un registro oficial o en algún título de registro, como por ejemplo lo hace el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial o el Instituto Nacional del Derecho de Autor al conceder los registros que la ley les faculta realizar; en virtud de lo ya mencionado en el párrafo inmediato anterior, NIC-MÉXICO forma parte del ITESM, institución educativa que no es autoridad legal competente.

NIC-MÉXICO establece en sus Políticas Generales de Nombres de Dominio, en el capítulo 1.6 que denomina “Condiciones Relativas a Marcas Registradas”, indica expresamente que al registrar un nombre de dominio no se adquieren Derechos de Marcas registradas; y que es responsabilidad del usuario del nombre de dominio, asegurarse de que no está violando alguna Marca registrada, Derechos Reserva dos, Reserva de nombres, o cualquier otra referencia a Propiedad Intelectual.

La asignación de un nombre de dominio, no confiere a su titular Derechos de Propiedad Intelectual sobre dicho nombre, en virtud de que el citado nombre de dominio no trae aparejado su registro como Marca o como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, pues las autoridades competentes de conceder el registro de una Marca o de una Reserva de Derechos son, de acuerdo con las Legislaciones aplicables, a saber, la Ley de la Propiedad Industrial y la Ley Federal del Derecho de Autor, tanto el Instituto Mexicano de

¹⁵² De conformidad con las Políticas Generales de Nombres de Dominio del NIC-México, disponibles al público en su página de Internet, cuya dirección es www.nic.mx, a partir del 1º de enero de 1997, se empezó a cobrar el registro y mantenimiento de nombres de dominio; a los registrados bajo “.com.mx”, “.net.mx” y “.org.mx”, mientras que “.gob.mx” y “.edu.mx”, son siendo registrados libremente, es decir, sin pago alguno.

la Propiedad Industrial como el Instituto Nacional del Derecho de Autor, respectivamente.

La asignación que NIC-MÉXICO hace de nombres de dominio, no constituye Derecho alguno, menos Derechos de Propiedad Intelectual, las autoridades administrativas sólo tienen las facultades de que enumeradamente están dotadas, y en el caso de NIC-MÉXICO, ni siquiera está contemplada en ley alguna.

Existe un conflicto legal de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del género de Difusiones Periódicas con los nombres de dominio, ya que no son registrados por una Autoridad, sino por una institución educativa, generándose una serie de problemas jurídicos que giran en torno a la vulneración de Derechos de exclusividad que tenga la persona titular de la protección legal correspondiente.

Los Títulos De Difusiones Periódicas son objeto de protección como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, como establece en la Ley Federal del Derecho de Autor, y son también susceptibles de protección como Marca de conformidad con la Ley de la Propiedad Industrial.

C) MARCAS Y PERSONAJES HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN, O FICTICIOS O SIMBÓLICOS

En relación a los Personajes Humanos De Caracterización, O Ficticios O Simbólicos, la Denominación de los mismos podrá ser registrada como Marca, toda vez de acuerdo con la redacción del Artículo 90 fracción XIII de la Ley de la Propiedad Industrial anteriormente citado, no existe mención alguna con relación al nombre del personaje.

La Ley Federal del Derecho de Autor considera al nombre del personaje como parte esencial de éste y, por ende, como materia de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, el nombre de los personajes ficticios o simbólicos y de los personajes humanos de caracterización, si pueden constituir una Marca nominativa, bajo el calificativo de Marca, el nombre y aspectos gráficos de un personaje pueden constituir Marca y ser registrados como tal en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, por lo que el nombre y sus aspectos gráficos podrán registrarse como Marca denominativa, mixta o tridimensional.

Los personajes, son regulados y protegidos por lo establecido para las Marcas por la Ley de la Propiedad Industrial, pero el problema nace en la forma de proteger las características psicológicas de los personajes humanos de caracterización, ficticios o simbólicos; al respecto, algunos autores han indicado que la protección de las características físicas y psicológicas del personaje se realice como parte esencial de las obras autorales.

Si las características físicas y psicológicas de los personajes humanos de caracterización, así como de los ficticios o simbólicos se protegieran como parte esencial de las obras literarias o artísticas, si bien es cierto, resultaría la base de protección, también lo es que la obra autoral no protege la idea en sí misma, sino la forma de expresión.

D) MARCAS Y NOMBRES ARTÍSTICOS Y LAS DENOMINACIONES DE GRUPOS ARTÍSTICOS

Los Nombres Artísticos y las Denominaciones de Grupos Artísticos definitivamente tienen, al igual que la Marca, la función de identificación y distinción, y por tanto, son susceptibles de registro como Marca en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de conformidad como Marca la clase 41 que ampara servicios de esparcimiento, e incluso en la clase 9, que, entre otros, ampara discos.

El tipo de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo que se asimila a la Marca se encuentra en los nombres artísticos y denominaciones de grupos artísticos, quienes son personas que prestan un servicio determinado, a los cuales se les diferencia de otros de su misma especie, género o clase, por lo que resulta susceptible de obtener el registro como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor, y por otro lado, obtener el registro Marcario en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

La protección al nombre artístico como Marca está prevista en el Artículo 89 fracción IV de la Ley de la Propiedad Industrial, el cual dispone que puede constituir Marca el nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una Marca registrada o un Nombre Comercial publicado. Conforme a lo establecido en la *fracción XII del Artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial* no serán registrables como Marca los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado.

En el caso del nombre artístico y de la Denominación de grupo artístico, la protección legal como Marca también se encuentra establecida en *el Artículo 89 fracción I de la Ley de la Propiedad Industrial*, el cual establece que las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase.

La problemática específica que sucede con los Nombres Artísticos y las Denominaciones de Grupos Artísticos es que, por un lado, son susceptibles de ser registradas como Marcas, en virtud que de conformidad con la clasificación establecida en *el Artículo 59 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial*, se adecua al supuesto legal establecida en la *fracción II clase 42*, tales nombres y denominaciones son materia de inscripción y registro en el Instituto Nacional del Derecho de Autor, como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo; en la práctica, al igual que en los casos de títulos de publicaciones y difusiones periódicas, existe duplicidad de registros toda vez que son diferentes los titulares, ya que una persona podría ser titular de un registro Marcario en la clase 41 de esparcimiento, y otra podría tener el Certificado de Derechos al Uso Exclusivo en el género de personas o grupos dedicados a actividades artísticas; creándose así una serie de conflictos legales que desembocarían en procedimientos administrativos de infracción.

E) MARCAS Y PROMOCIONES PUBLICITARIAS

Las características de operación originales aplicados de las Promociones Publicitarias actualmente se protegen de acuerdo con lo establecido en el Artículo 173 fracción V de la Ley Federal del Derecho de Autor como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo; siendo el objetivo de protección de ésta, el mecanismo novedoso tendiente a promover y ofertar un bien o servicio.

Conforme a la clasificación de productos y servicios establecida en el *Artículo 59 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial*, el nombre de la promoción publicitaria podría ser protegida; como Marca bajo la clasificación de servicios clase 35, que ampara publicidad; gestión de negocios comerciales.

El Artículo 90 en su fracción XIII no prohíbe registrar como Marca una promoción publicitaria, puede justificarse la protección de nombres y denominaciones artísticos con Reserva de Derechos al Uso Exclusivo por la necesidad de identificación que tienen los artistas intérpretes o ejecutantes, pudiera justificarse también la Reserva que obtienen los editores o los propietarios de una revista o periódico para proteger los títulos de sus publicaciones periódicas; asimismo, se justificaría la Reserva que obtienen los organismos de radio y televisión, así como los dedicados a la difusión vía red de cómputo, para proteger sus títulos de difusiones periódicas.

Lo que no tiene justificación es una figura regulada por la Ley Federal del Derecho de Autor, que no guarda relación con el Derecho de Autor o con los Derechos conexos y que protege esencialmente mecanismos de aplicación comercial.

5.6. VENTAJAS DE UNA PROTECCIÓN ACUMULADA

Las ventajas que para un titular implica contar con “Protección Acumulada” respecto de sus creaciones es incuestionable, por cuanto los alcances de una y otra cobertura en vigencia y contenido difieren sensiblemente, siendo siempre complementarias.

La doble protección sugiere un doble escudo contra ataques respecto a la constitución formal de los Derechos, una doble vía ofensiva en caso de invasiones y, por encima de todo esto, la seguridad de bloquear el acceso a terceros que de mala fe pudieran utilizar la vía libre para “adquirir” un Derecho que disfraza de legalidad la explotación no autorizada de una creación”.¹⁵³

Permite una protección más amplia y reforzada al titular de una Marca o de una Reserva de Derechos, según sea el caso, e inclusive puede constituir una ventaja para ejercitar acciones complementarias en contra de infractores de Derechos de Propiedad Intelectual.

¹⁵³ *Idem*

Puede constituir una ventaja para el titular que se encuentre protegido tanto por la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, como por el signo Marcario, es inevitable que surjan riesgos innecesarios al ofrecer una protección alterna, toda vez que en un momento dado podría una persona ser titular de un Derecho de Propiedad Industrial, y otra de una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, originándose así una serie de conflictos legales para los titulares de los respectivos Derechos como para el público consumidor en general, como en el transcurso de este trabajo se mostrará.

En primer lugar, la Protección Acumulada de los Signos Distintivos ofrece al titular de los Derechos la oportunidad de contar con varios y distintos mecanismos para proteger dichos bienes, es decir, se busca una protección mas amplia por decirlo de alguna manera, ya que se considera que crece el espectro de protección legal sobre el mismo bien.

Lo anterior, en virtud de que un mismo bien puede ser protegido por diferentes Normas Jurídicas, diferentes autoridades, diferentes plazos y bajo diferentes requisitos.

Podemos decir que nuestro nombre, es decir, el nombre de pila de cada persona en un momento determinado esta protegido por el Derecho de Autor como una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo bajo la modalidad de Reserva de Nombre Artístico, además el mismo nombre lo quiero utilizar para hacernos publicidad ofertando los servicios que prestamos y en ese momento puede constituir un Signo Distintivo conocido como Marca, pero no es todo, sino que además quiero constituir un establecimiento mercantil el cual quiero componer con el mismo nombre; en este caso tenemos la protección de la Ley Federal del Derecho de Autor , La Ley de la Propiedad Industrial Y La Protección De la Ser.

Por otro lado, si no se tiene la oportunidad de llevar a cabo estos registros paralelos o simultáneos, la ley nos ofrece la oportunidad de apoyarnos aún y que nosotros no contemos con un Derecho ya otorgado, es decir, la autoridad nos otorga una preferencia ante terceros para la protección de bienes similares a nuestro Signo Distintivo, ya sea por que existe una solicitud en tramite o porque el signo que se pretende registrar por el tercero es idéntico o semejante en grado de confusión con el que ya tenemos registrado.

Las ventajas de que se de la Protección Acumulada sin la intervención directa del titular del Derecho otorgado con anterioridad, refleja un ánimo proteccionista de la autoridad por conservar la exclusividad de los titulares y por evitar que existan diferentes personas con posibilidades de ejercer el mismo Derecho.

Finalmente, podemos decir que la ventaja principal de que se pueda contar con una Protección Acumulada es que nos otorga la posibilidad de contar con más herramientas para procurar una eficaz protección, derivada de las diferentes acciones que nos otorgan cada una de las diferentes normas jurídicas involucradas, con lo cual podemos protegerlo y defender nuestro Derecho de manera separada, conjunta o simultanea, toda vez que podemos acudir ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el Instituto Nacional del Derecho de Autor, ante la Procuraduría General de la República, Tribunales Federales, Etc.

5.7. INCONVENIENTES DE UNA PROTECCIÓN ACUMULADA

Es cierto que en páginas anteriores se señalaron un sin número de ventajas de la Protección Acumulada, pero también es cierto que existen algunos inconvenientes que es preciso señalar y aclarar el por que de esos inconvenientes.

Comenzaremos por decir que el primer inconveniente y el más grave desde mi muy particular punto de vista es que “existe una laguna legislativa que no permite considerar que los bienes registrados como Marca no podrán ser registrados como Derechos de Autor salvo que se trate del mismo titular, ya que nos llama a la necesidad de contar con una normatividad clara y definitiva que nos proteja ante abusos de terceros y proteja a los que de buena fe en el uso de un Signo Distintivo puedan incurrir en la violación de un Derecho”.

Cuando hablamos de que no existe una normatividad adecuada, no sólo estamos hablando de la Ley si no también de los problemas a los que nos enfrentamos cuando pretendemos registrar los Signos Distintivos ante las autoridades competentes par cada caso, ya que entre ellas mismas no existe la coordinación indispensable o necesaria que pueda facilitar o que permita la pronta y oportuna protección de cada uno de los signos distintivos.

También se puede considerar como desventaja la diferencia que existe entre la protección que recae sobre un mismo bien jurídico, es decir, cuando para los Derechos de autor el aspecto que tiene que protegerse y sobre el cual recae la protección n un personaje ficticio son las características físicas y psicológicas las cuales van más allá de lo que el examinador pueda detectar en el examen de fondo, en las Marcas no serán tomados en cuenta estos elementos y se atenderá exclusivamente a la apariencia que pueda tener el personaje ante los ojos del dictaminador.

Otro de los inconvenientes de la Protección Acumulada es que ante una escasa o nula regulación de los casos que se puedan suscitar ante la existencia de bienes jurídicos protegidos cada uno de ellos por leyes diferentes, se tiene que enfrentar a diario una lucha entre los titulares de dichos bienes para acreditar un Derecho más amplio ya que si ambos lo obtuvieron de conformidad con lo señalado por las leyes que a cada figura correspondía, a lo más que se puede llegar es a un arreglo para la coexistencia o la cesión de Derechos por alguna de las partes, claro, en el entendido de que ninguna de las dos figuras involucradas pueda ser sancionada con la cancelación, nulidad o caducidad de su registro.

Por último, podemos señalar que son muchos los casos en que una persona es titular de un Derecho de Autor y otra, un tercero, es titular de un Derecho de Propiedad Industrial, entonces ambos al ejercer su Derecho exclusivo de manera directa o indirecta afectan los Derechos de exclusividad de un tercero, y ante este simple ejercicio de su Derecho están provocando dos resultados opuestos entre sí pero muy relacionados el uno con el otro.

En primer lugar hablamos que al ejercer ambos su Derecho de uso exclusivo están invadiendo y siendo invadidos por el ejercicio del Derecho del otro, lo que trae como

consecuencia daños simultáneos y ejercicio de acciones simultaneas ya que ambos tienen Derecho pero también ambos están afectando a un tercero.

5.8. PROPUESTAS

A fin de que se impida diferencias suscitadas por la Protección Acumulada de registros existente, resultaría factible, la idea de crear Convenios entre el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y el Instituto Nacional de Derechos de Autor, a fin de otorgar sobre los permisibles datos existentes en ambos registros, que independientemente, cobijan Derechos desiguales, y se encuentren unidos, a fin de que en al formalizar un reconocimiento Marcario, se hiciera constancia por el Instituto Nacional de Derechos de Autor, que protege las mencionadas Reservas.

Realizar un sistema que enlace de registros, tanto de los registros referentes a las Reservas de Derechos de autor que realizados por el Registro Público del Derecho de Autor del Instituto Nacional de Derechos de Autor, como al registro de Marcas realizado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a efecto de que al momento de solicitar una Reserva, no laceren los Derechos Marcarios de terceros o viceversa.

5.9. ALTERNATIVAS PARA PERFECCIONAR LA PROTECCIÓN ACUMULADA

Como anteriormente ya se había señalado, es muy difícil establecer una Protección Acumulada perfecta, la cual ofrezca a los titulares de los Derechos de Signos Distintivos la posibilidad de proteger por completo y ante cualquier tercero un uso no autorizado.

Para que se llegara a perfeccionar el sistema de una Protección Acumulada simultanea y completa sería necesario que la Ley de la Propiedad Industrial contemplara la posibilidad de no otorgar una Marca a todas aquellos Signos Distintivos que hayan sido registrados como una Reserva de Derechos, pudiendo otorgar el registro Marcario condicionado a que no existe un registro de Reserva de Derechos otorgado o en tramite ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor.

Asimismo, la Ley Federal del Derecho de Autor debiera establecer claramente que no se otorgará el registro de una Reserva de Derechos a todas aquellos Signos Distintivos que hayan sido registrados como Marca, pudiendo otorgar el registro como Reserva de Derechos al Uso Exclusivo condicionado a que no exista un registro de Marca otorgado o en tramite ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Otra opción sería que existiera una comunicación permanente y actualizada tal y como existe para el sistema de patentes entre varias oficinas del mundo, con lo cual, tanto el Instituto Nacional del Derecho de Autor como el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial tendrían acceso a todos los Signos Distintivos registrados y protegidos por cada uno de ellos, dando con esto plena seguridad jurídica de lo que se encuentra o no registrado.

así como permitiría a los usuarios y público en general conocer a detalle de las solicitudes en trámite.

Sabemos que sería de gran utilidad contar con un sistema de información actualizado y vigente pero esto sería en determinado momento algo inoperante ya que si existiera ese sistema, lo ideal sería que las Reservas de Derechos cambiaran el régimen legal mediante el cual están protegidas.

Sería útil que las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo las regulara la Ley de la Propiedad Intelectual y fuera el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial el organismo público que velara por su protección.

Con la desaparición de la figura de la Reserva de Derechos de la Ley Federal del Derecho de Autor y su consecuente inclusión en la Ley de la Propiedad Intelectual se estaría incentivando a la armonización de criterios para la protección, registro, uso, etc. de los signos distintivos.

Al momento de solicitar un Certificado de Reservas de Derechos al Uso Exclusivo ante el Instituto Nacional de Derechos de Autor, el mismo, verifique en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial si el título o Denominación que se intenta reconocer no se encuentra registrado como Marca o en trámite de registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, efectuándose la misma consulta del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, para determinar si el título o Denominación que se pretende registrar como Marca se encuentra protegido en el Instituto Nacional del Derecho de Autor por un Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

5.10. EJEMPLOS Y CASOS PRÁCTICOS

A continuación, se mencionarán algunos de los casos más relevantes que en la práctica han representado un conflicto legal, en la llamada Protección Acumulada, creando controversia entre las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo y las Marcas.

Principalmente, se mencionarán 3 casos en especial, mismos que causaron grandes controversias en su momento.

- A) “CAÑAVERAL” (DENOMINACIÓN DE GRUPO ARTÍSTICO)
- B) RONNY RICALETA (PERSONAJE FICTICIO O SIMBÓLICO)
- C) TRÍO LOS DANDYS (DENOMINACIÓN DE GRUPO ARTÍSTICO)

A) “CAÑAVERAL” (DENOMINACIÓN DE GRUPO ARTÍSTICO)

Mediante escrito presentado en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el día 10 de diciembre de 1997, Jesús Islas García solicitó la declaración administrativa de las infracciones en materia de comercio, previstas en las *fracciones VII y VIII del Artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor*, en contra de Humberto de Jesús Pavón Olivares, al considerar que éste ha usado y explotado la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del grupo artístico denominado ““CAÑAVERAL””.

Para acreditar su acción, Jesús Islas García ofreció como prueba de su parte; entre otras, copia certificada del Certificado de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del grupo artístico ““CAÑAVERAL””, número 000092/95, de fecha 10 de marzo de 1995, expedido por la entonces dirección general del Derecho de Autor, cuyo titular es Jesús Islas García, iniciándose así, el procedimiento IMC. 69/97.

El 19 de enero de 1998, Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado contestaron la solicitud de declaración administrativa de infracción en materia de comercio, ofreciendo, entre otras pruebas, las siguientes:

a) título de registro de Marca número 532640, del Signo Distintivo ““CAÑAVERAL”” y diseño, expedido el 27 de septiembre de 1996 por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, que protege grupo musical, siendo su titular Humberto de Jesús Pavón Olivares, en dicho título aparecen como datos de la solicitud lo siguiente: como fecha de primer uso el 2 de enero de 1995; y como fecha de presentación el 30 de mayo de 1996.

b) copias certificadas del convenio de asociación artística celebrado entre Jesús Islas García y, Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado, el 27 de noviembre de 1995.

En el referido convenio las partes pactaron, y específicamente en la cláusula primera expresaron su conformidad para que el nombre artístico grupo “CAÑAVERAL” inscrito en la entonces dirección general del Derecho de Autor de la secretaría de educación pública, bajo el Certificado de Reserva número 000092/95, fuera propiedad de Humberto de Jesús Pavón Olivares, Agustín Teutli Delgado y Jesús Islas García, quienes siempre lo emplearían en beneficio de la asociación; en la cláusula cuarta las partes expresaron su conformidad de que ninguno de los asociados podría emplear el nombre artístico de grupo “CAÑAVERAL”, en un término de 10 años contados a partir de la fecha de dicho convenio, sin que previamente cuente con el consentimiento por escrito, por lo menos de otro de los asociados; y en la cláusula quinta las partes convinieron en ratificar el citado convenio el día 20 de febrero de 1996 ante la fe del notario público número 162 del Distrito Federal, lo que se cumplió, pues reconocieron como suyas las firmas y ratificaron el contenido del convenio, con lo anterior, quedó manifiesta tanto la voluntad de las partes para utilizar en forma conjunta el nombre artístico ““CAÑAVERAL”” registrado ante la entonces dirección general del Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública.

Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado el 24 de junio de 1998, promovieron el juicio ordinario civil número 437/98, en contra de Jesús Islas García y el C. Director de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública, demandándole las siguientes prestaciones:

Del señor Jesús Islas García, se reclamó el otorgamiento y firma de la solicitud de inscripción ante la dirección de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor de los coactores como cotitulares del Certificado de Reserva 000092/95, de fecha 10 de marzo de 1995, con base en la cláusula primera del convenio de asociación artística, celebrado entre los coactores y el demandado con fecha 27 de noviembre de 1997, según lo determinado en el Artículo 181 de la Ley Federal del Derecho de Autor y el 67 fracción III de su reglamento; del C. Director de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor de la secretaria de educación pública, se reclamó la inscripción dentro del Certificado de Reserva 000092/95, de fecha 10 de marzo de 1995, de los coactores como cotitulares del mismo.

Así pues, por sentencia judicial dictada el 26 de febrero de 1999, el c. Juez vigésimo primero de lo civil resolvió procedente el juicio promovido por Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado en contra de Jesús Islas García, condenando a éste a otorgar y firmar a favor de los actores la solicitud de inscripción ante la dirección de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor en que los reconozca como cotitulares del Certificado de la Reserva 000092/95, de fecha 10 de marzo de 1995, con base y en cumplimiento de la cláusula primera del convenio de asociación artística de 27 de noviembre de 1995, celebrado entre las partes. esta resolución fue confirmada a través de la sentencia definitiva por la séptima sala civil de fecha 21 de abril de 1999.

El 2 de septiembre de 1999, los presuntos infractores presentaron ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial la anotación marginal emitida por el Instituto Nacional del Derecho de Autor el 26 de agosto de 1999, respecto de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo número 000092/95 de la Denominación “CAÑAVERAL” del género de personas y grupos dedicados a actividades artísticas, en la especie de Denominación de grupo artístico, en cumplimiento de la sentencia definitiva indicada en el párrafo anterior. por tal motivo, en dicha anotación marginal consta que los titulares de la Reserva “CAÑAVERAL” son Jesús Islas García, Humberto Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado.

También Jesús Islas García el 7 de septiembre de 1998, promovió el juicio ordinario civil número 646/98, en contra de Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado, solicitando las siguientes prestaciones:

La rescisión del convenio de asociación artística de 27 de noviembre de 1995, que celebraron la actora y los demandados, de conformidad con el Artículo 1949 del código civil para el Distrito Federal; en consecuencia, la declaración en sentencia ejecutoriada de que ha quedado disuelta la sociedad artística celebrada el 27 de noviembre de 1995; la declaración en sentencia ejecutoriada de que el actor es el legítimo y exclusivo titular de los Derechos de uso del nombre artístico “CAÑAVERAL”, y la declaración judicial por la cual se ordene a los demandados que se abstengan de realizar cualquier presentación artística en que ellos intervengan, utilizando el nombre de “CAÑAVERAL”.

Bajo estas circunstancias, por sentencia dictada el 15 de junio de 1999, el C. Juez quincuagésimo civil del Distrito Federal resolvió absolver a Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado de todas y cada una de las prestaciones, en virtud las sentencias dictadas el 26 de febrero y 15 de junio de 1999. asimismo, se condenó a Jesús Islas García en la reconvenición, entre otras prestaciones, a lo siguiente:

- Al cumplimiento del contrato de asociación artística;
- A la exhibición y entrega de todos los contratos celebrados por Jesús Islas García en las presentaciones de grupo “CAÑAVERAL”

Mediante convenio para la solución del juicio ordinario civil 418/99, radicado en el Juzgado décimo sexto de lo Civil del Distrito Federal propuesto por las partes; por un lado Agustín Teutli Delgado y Humberto de Jesús Pavón Olivares, como parte actora, y Jesús Islas García, como parte demandada, de fecha 3 de diciembre de 1999, ratificado ante la presencia judicial, declararon haber celebrado el convenio de asociación artística del 27 de noviembre de 1995, en relación con la Denominación artística grupo “CAÑAVERAL”, y que ambas partes estarían de acuerdo en que Jesús Islas García cediera en dicho acto sus Derechos como asociado y los que tiene respecto del nombre artístico grupo “CAÑAVERAL” a favor de Humberto de Jesús Pavón Olivares, con el consentimiento de Agustín Teutli Delgado.

Consecuentemente, convinieron que Jesús Islas García cedía la titularidad de los Derechos de su parte, respecto del Certificado de Reserva de Derechos 000092/95 del 10 de marzo de 1995, que protege el nombre artístico grupo “CAÑAVERAL”, a favor de Humberto de Jesús Pavón Olivares, comprometiéndose Jesús Islas García a acudir al Instituto Nacional del Derecho de Autor en el término de 30 días a partir de la firma de dicho convenio para la formalización de dicha cesión ante dicha autoridad administrativa. asimismo, Agustín Teutli Delgado y Humberto de Jesús Pavón Olivares, establecieron que Jesús Islas García podría utilizar la Denominación “grupo “CAÑAVERAL” de Jesús islas” y tener presentaciones bajo dicha razón hasta el 31 de diciembre de 1999.

Jesús Islas García cedió los Derechos en relación con las regalías generadas por las grabaciones hechas por el grupo “CAÑAVERAL” con la compañía “Orfeón Videovox, S.A., a favor de Humberto de Jesús Pavón Olivares y Agustín Teutli Delgado, por partes iguales. a cambio de lo anterior, éstos últimos se obligaron a entregar a Jesús Islas García, en varios pagos, la cantidad total de \$150,000.00 (ciento cincuenta mil pesos 00/100 m.n.). por concepto de indemnización por la cesión referida anteriormente.

En virtud de la celebración de dicho convenio las partes conciliaron sus intereses y solucionaron todos los conflictos legales entre ellos, obligándose a desistirse a su entero perjuicio de las acciones intentadas, y en su caso, no continuar trámite alguno.

Bajo estas circunstancias, mediante escrito presentado por Jesús Islas García el 1º de febrero del 2000 ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, se desiste de la solicitud de declaración administrativa de infracción en materia de comercio, para lo cual

anexó copia del convenio del 3 de diciembre de 1999. consecuentemente, por acuerdo dictado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial el 23 de marzo del 2000, se tuvo por desistido a Jesús Islas García de dicha solicitud, en virtud del convenio de fecha 3 de diciembre de 1999, declarándose la “caducidad” del mencionado procedimiento administrativo de infracción en materia de comercio, de conformidad con los Artículos 234 de la Ley Federal del Derecho de Autor , 187 de la Ley de la Propiedad Industrial, 202 y 373 fracción ii del código federal de procedimientos civiles.

Como se podrá observar, la Marca como Signo Distintivo tiene como función principal la de distinguir productos o servicios, diferenciándolos de otros de su misma especie o clase que se encuentren en el mercado; por lo tanto, la figura jurídica de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo resulta innecesaria, en virtud de que la Marca actualmente protege paralelamente los bienes jurídicos inmateriales que también tutela la referida Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

En la práctica y tradicionalmente, la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo está siendo utilizada esencialmente como un Signo Distintivo, por lo que las más de las veces, realiza la función como Marca.

Consecuentemente, la figura jurídica de la Reserva de Derecho al Uso Exclusivo debería ser derogada de la legislación autoral, y subsistir única y exclusivamente bajo el amparo de la Ley de la Propiedad Industrial, es decir, como materia del Derecho Marcario, toda vez que dicha Reserva es fundamentalmente un Signo Distintivo, y que su registro se efectuara ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial en virtud de que la misma tiene cuatro características esenciales: es original, es distintiva, es apreciada por los sentidos, y permite a su titular tener el uso y explotación exclusiva.

En el campo de protección de la Propiedad Intelectual existen conflictos legales, como ya se mostró a lo largo de la presente tesis, en virtud de la existencia de duplicidad en la regulación de bienes jurídicos tutelados, que se encuentran en forma simultánea legisladas y protegidas tanto en la Ley de la Propiedad Industrial y en la Ley Federal del Derecho de Autor ; lo que provoca incertidumbre jurídica tanto en los titulares de Marca como en los titulares de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

Como resultado de lo anterior, resulta conveniente la supresión de la figura jurídica de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo para asimilarla a la protección como Marcas.

Con el fin de que se evitaran litigios originados por la duplicidad de registros que actualmente existe, sería conveniente la creación de un Convenio Intersecretarial entre el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y el Instituto Nacional del Derecho de Autor , por medio del cual se revisaran los posibles antecedentes que existen en ambos registros que aunque amparan Derechos diferentes, están íntimamente ligados, a efecto de que antes de efectuar cualquier registro Marcario, se tuviera como registro indispensable una constancia por parte del Instituto Nacional del Derecho de Autor que proteja las mencionadas Reservas.

Resulta del todo indispensable la realización de un sistema que permita la conexión y enlace entre los registros de las Reservas de Derechos de autor que tiene a cargo el Registro Público del Derecho de Autor del Instituto Nacional del Derecho de Autor, y el registro de Marcas que conserva el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a efecto de que al momento de solicitar una Reserva no se lesionen o afecten los Derechos Marcarios de terceros o viceversa, toda vez que en la práctica se han suscitado diversos casos en los cuales se tiene concedida una Reserva de Derechos por una persona mientras que otra persona distinta por su cuenta es titular del respectivo registro de una Marca, y en ambos casos se trata del mismo bien jurídico protegido.

B) RONNY RICALETA (PERSONAJE FICTICIO O SIMBÓLICO)

El día 19 de agosto de 1998 Francisco López Centeno, presentó escrito ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial solicitando la declaración administrativa de las infracciones en materia de comercio previstas en las fracciones I, III, IV, VII, VIII y X del Artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor, en contra de Ronaldo Gómez Jiménez, al considerar que el antes mencionado, usó y había reproducido o explotado la Reserva de Derechos del uso exclusivo de personaje ficticio o simbólico de nombre "RONNY RICALETA", y que de igual forma, ha comunicado, exhibido, utilizado y explotado públicamente la obra de dibujo titulada "RONNY RICALETA"; iniciándose así, el procedimiento IMC. 45/98.

Exhibiendo en su escrito inicial las siguientes pruebas:

a) copia certificada del Certificado de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo número 04-1998-063020414700-301, de fecha 30 de junio de 1998, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, que ampara en el género de personajes, al personaje ficticio o simbólico con nombre "RONNY RICALETA", en la que consta que él es Francisco López Centeno al 100%.

Las características físicas del personaje ficticio o simbólico "RONNY RICALETA" son las de ser un niño con una camisa rayada, gorra de baseball, gordito y que siempre está sonriendo; mientras que las características psicológicas son que a RONNY RICALETA le gusta mucho jugar con los otros niños, y le gusta comer muchos dulces, chocolates y frituras, siempre está alegre y con ganas de comer.

b) copia certificada del Certificado número 03-1998-081913181900-01, de la obra de dibujo titulada "RONNY RICALETA", de fecha 21 de agosto de 1998, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, en el que consta que Francisco López Centeno es el titular, y Juan Carlos Oseguera es el colaborador remunerado.

c) copia certificada del contrato de colaboración celebrado entre Francisco López Centeno y Juan Carlos Oseguera, de fecha 8 de agosto de 1989.

El 10 de septiembre de 1998, Ronaldo Gómez Jiménez dio contestación a la solicitud de declaración administrativa en comento, exhibiendo, entre otras, las siguientes probanzas consistentes en:

a) copia certificada del título de registro de la Marca nominativa "RICALETA" número 440912, expedido el 1º de septiembre de 1993, por la entonces dirección general de desarrollo tecnológico, bajo la clase 30, que protege galletas, chocolates, elaborada a base de chocolate, congeladas, miel, caramelos, pasteles y en especial, paletas de dulce.

En el cual, consta que la fecha legal es el 13 de julio de 1992, a Ronaldo Gómez/productos r. Gómez como titulares.

b) copia certificada del título de registro de la Marca mixta número 456042 "PISCUIS Y DISEÑO", expedido el 30 de marzo de 1993, por la entonces dirección general de desarrollo tecnológico, bajo la clase 30, que protege tabletas de azúcar comprimida cubierta de caramelo, enchilada o no, en diferentes sabores.

En el cual, consta que la fecha legal es el 12 de septiembre de 1991, y Ronaldo Gómez Jiménez como titular.

11. copia certificada del registro de la Marca mixta número 507126 "Piscuis y diseño", expedido el 10 de octubre de 1995, por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, bajo la clase 30, que protege galletas, chocolates, galletas elaboradas a base de chocolate, congeladas, miel, caramelos, pasteles y en especial, paletas de dulce.

En el cual, consta que la fecha de presentación es el 8 de julio de 1992, y Ronaldo Gómez Jiménez como titular.

De igual forma, Ronaldo Gómez Jiménez el 22 de septiembre de 1998, inició ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor el procedimiento administrativo de nulidad y cancelación de la citada Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del personaje ficticio o simbólico denominado "RONNY RICALETA", con número de registro 04-1998-063020414700-301, emitido en favor de Francisco López Centeno, al considerar que tenía un mejor Derecho de uso y explotación de la Reserva, es decir, un mejor Derecho por un uso anterior, constante e ininterrumpido en México a la fecha del otorgamiento de la Reserva antes citada, así como que dicha Reserva se otorgó en contravención a las disposiciones de la Ley Federal del Derecho de Autor; iniciándose así, el procedimiento número 04-1999-0002/n.

En fecha 27 de agosto de 1999, en el procedimiento administrativo de nulidad y cancelación de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo antes indicado, iniciado por Ronaldo Gómez Jiménez, en contra de Francisco López Centeno, se resolvió que Ronaldo Gómez Jiménez con las pruebas ofrecidas no acreditó que tuviera un mejor Derecho por un uso anterior constante e ininterrumpido en México del personaje ficticio o simbólico denominado "RONNY RICALETA", así como tampoco probó de manera fehaciente que la Reserva número 04-1998-063020414700-301 "RONNY RICALETA" para personaje ficticio o

simbólico, se haya otorgado a su titular, Francisco López Centeno, en contravención a las disposiciones de la Ley Federal del Derecho de Autor .

El 23 de octubre del 2000, Francisco López Centeno y Ronaldo Gómez Jiménez presentaron un escrito ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a través del cual, el primero de ellos, solicitó el desistimiento de la solicitud de declaración administrativa de infracción en materia de comercio, y el segundo, aceptando el referido desistimiento; así, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial emitió la resolución administrativa de fecha 30 de noviembre del 2000, por medio de la cual declaró la “caducidad del procedimiento administrativo de infracción”, en virtud de haber sido solicitado el desistimiento por Francisco López Centeno, y aceptado por Ronaldo Gómez Jiménez.

Como se podrá observar, el presente caso práctico trata sobre la problemática existente entre titulares diversos, esto es, por un lado el solicitante Francisco López Centeno es titular de una Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del personaje ficticio o simbólico con nombre “RONNY RICALETA”, y por el otro, es titular de la obra de dibujo también titulada “RONNY RICALETA”; en tanto, Ronaldo Gómez Jiménez es titular de las Marcas denominativa “RICALETA”, y mixtas “PISCUIS Y DISEÑO”.

C) TRÍO LOS DANDYS (DENOMINACIÓN DE GRUPO ARTÍSTICO)

Por escrito presentado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial el 26 de mayo de 1999, Francisco Escamilla Chávez solicitó la declaración administrativa de las infracciones en materia de comercio, previstas en las fracciones VII, VIII y X del Artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor , en contra de Manuel Tovar González, por considerar que éste usa y explota indebidamente la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del género de actividades artísticas, en la especie de grupo artístico “TRIO LOS DANDYS”, con número de registro 04-1983-000000000001-402; iniciándose así, el procedimiento administrativo IMC. 31/99.

El solicitante Francisco Escamilla Tovar , ofreció como medios de prueba, entre otros:

a) copia certificada de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del nombre artístico “TRIO LOS DANDYS”, con número 01-83, de fecha 28 de octubre de 1993, en la cual consta como titular Francisco Escamilla Chávez, y que la vigencia vencería el 22 de septiembre de 1998

b) copia certificada de la renovación de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo de la Denominación “TRIO LOS DANDYS”, del género de actividades artísticas en la especie de grupo artístico, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, el 14 de octubre de 1998, en el cual consta que son titulares cada uno al 33%, Francisco Escamilla Chávez, Ramón Palacios y Daniel Mejía, asimismo, consta que la fecha de expedición es el 22 de septiembre de 1983, y que la vigencia de la citada Reserva vencerá el 22 de septiembre de 2003.

El 30 de julio de 1999, Manuel Tovar González dio contestación a la solicitud de declaración administrativa de infracción, y ofreció como pruebas para desvirtuar la acción del solicitante, entre otras, las siguientes:

a) el título de registro de Marca número 497301, concedida el 18 de julio de 1995, del Signo Distintivo “TRIO LOS DANDYS”, clase 41 internacional, que protege servicios de entretenimiento, en el que consta que el titular es Manuel Tovar González, la fecha de presentación el 21 de septiembre de 1994, teniendo dicho título una vigencia al 21 de septiembre del 2004, y

b) el título de registro de Marca, expedido por la entonces dirección general de invenciones, Marcas y desarrollo tecnológico de la SECOFI, de fecha 29 de febrero de 1988, relativo al registro de Marca 343967 “TRIO LOS DANDYS”, clase 64 nacional, que ampara toda clase de servicios de entretenimiento, deportes y diversión, en el que consta que el titular es Manuel Tovar González, la fecha legal es 12 de diciembre de 1986, por lo tanto, la vigencia fue hasta el 12 de diciembre de 1996.

Mediante resolución administrativa de fecha 30 de marzo del 2000, se resolvió no entrar al estudio del fondo del asunto, en virtud de haber operado la excepción de uso legítimo de un Derecho que tiene Manuel Tovar González para el uso sobre la Denominación “TRIO LOS DANDYS” que le confiere el registro Marcario 497301, que se encuentra vigente hasta la fecha. así pues, en dicha resolución administrativa se indicó que el presunto infractor hizo valer las excepciones opuestas en la contestación a la solicitud, y, en especial, la referida a la que cuenta con la legitimidad que tiene para el uso y prioridad sobre el nombre “TRIO LOS DANDYS”, y que le fue concedido mediante el título del registro de la Marca número 497301, de fecha 18 de julio de 1995.

En la referida resolución se indicó que del título de registro de la Marca número 497301, denominada “TRIO LOS DANDYS”, se desprende que con fecha 21 de septiembre de 1994, bajo el expediente 212663, Manuel Tovar González solicitó a registro la Denominación “TRIO LOS DANDYS”, para amparar y distinguir servicios de entretenimiento, de la clase 41 internacional, declarando como fecha de primer uso el 12 de diciembre de 1986, misma que le fue concedida el 18 de julio de 1995.

Cabe señalar, que este título Marcario se encuentra vigente hasta el 21 de septiembre del 2004, por lo cual, Manuel Tovar González goza de todos los Derechos y prerrogativas que le otorga el ser titular del registro Marcario.

Se indicó que Manuel Tovar González al ser titular de la Marca registrada 497301 denominada “TRIO LOS DANDYS”, goza de la protección que le confiere la Ley de la Propiedad Industrial, específicamente en su Artículo 87, encontrándose legitimado por dicho hecho a hacer uso de la misma. ello, independientemente de que Francisco Escamilla Chávez está facultado conforme al Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor al uso y explotación en forma exclusiva de la Reserva de Derechos de la cual es cotitular, correspondiéndole facultades relativas a la integridad del mismo, así como la legitimación para intentar todas las acciones que crea convenientes para su protección, hasta que no se

demuestre lo contrario, lo anterior, en virtud de la copia certificada del expediente de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del género de actividades artísticas, en la especie de grupo artístico "TRIO LOS DANDYS", con número de registro 04-1983-00000000001-402.

La resolución administrativa señala que dicha excepción era procedente, en virtud de que, por una parte, Manuel Tovar González gozaba de la protección que le otorga la Ley de la Propiedad Industrial al ser titular de la Marca citada en párrafos precedentes y, por otra parte, Francisco Escamilla Chávez, en su calidad de solicitante de la infracción administrativa en materia de comercio, era titular de una Reserva de Derechos tutelada por la Ley Federal del Derecho de Autor ; por lo tanto, se indicó que se observaba una concurrencia de Derechos de diversa naturaleza jurídica, que ineludiblemente producían como consecuencia el atribuirle a cada uno de los sujetos de la controversia, Francisco Escamilla Chávez y Manuel Tovar González, la cualidad de estar legitimados tanto para el uso exclusivo de una Marca y una Reserva de Derechos; respectivamente, por lo que *no era procedente entrar al estudio del fondo del asunto.*

En dicha resolución administrativa, se indicó a las partes que podrían intentar las acciones correspondientes que Marcan la Ley de la Propiedad Industrial y la Ley Federal del Derecho de Autor , para dirimir asuntos relativos a la validez o invalidez de los antes citados registros, *si las partes consideraban que existía afectación a sus intereses.*

CONCLUSIONES.

1ª. La PROPIEDAD INTELECTUAL es el conjunto de normas jurídicas que protegen las concepciones intelectuales del ser humano; por un lado las referidas a la estética, que irremediamente nos remitirán al campo del Derecho de Autor, o Propiedad Intelectual en sentido estricto; y por otro lado, las concepciones referidas al comercio o a la industria, que necesariamente caerán en el ámbito de la Propiedad Industrial.

El DERECHO DE AUTOR, se divide en:

- Los Derechos de Autor,
- Los Derechos Conexos, y
- Las Reservas de Derechos al Uso Exclusivo.

La PROPIEDAD INDUSTRIAL se :

A) LAS CREACIONES NUEVAS

- Patentes
- Modelos de Utilidad
- Diseños Industriales (que abarcan a su vez los Dibujos y los Modelos Industriales), Secretos Industriales
- Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados,

B) LOS SIGNOS DISTINTIVOS

- Marcas
- Nombres Comerciales
- Avisos o Anuncios Comerciales
- Denominaciones de Origen.

2a. La PROPIEDAD INDUSTRIAL es el conjunto de instituciones jurídicas que tienden a garantizar los Derechos que son resultado de la actividad industrial o comercial de una persona y a asegurar a su titular, frente a los competidores , la exclusividad de la utilización de una creación nueva, o de un Signo Distintivo.

3ª. Dentro de las Creaciones Nuevas, LA PATENTE es el documento expedido por el Estado para hacer constar el Derecho exclusivo temporal que una persona física o jurídica tiene para explotar a nivel industrial un invento que reúna las exigencias legales.

Los MODELOS DE UTILIDAD se refieren a una modificación útil con aplicación industrial, que busca corregir imperfecciones descubiertas en lo existente, como resultado de la utilización de lo inventado con anterioridad.

Los DISEÑOS INDUSTRIALES, a diferencia de los modelos de utilidad, se refieren a la estética, mientras que los modelos tiene que ver con la funcionalidad del producto.

Los SECRETOS INDUSTRIALES son toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para reserva su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

Los ESQUEMAS DE TRAZADO DE CIRCUITOS INTEGRADOS son creaciones del ingenio humano. Un circuito es una conexión electrónica de dos o más elementos electrónicos. Un circuito integrado es un componente electrónico que forma una de las partes de un aparato electrónico; es un componente que cumple una función electrónica. Se utilizan los circuitos integrados en una gran variedad de productos, incluyendo Artículos de uso diario como relojes, televisores, lavadoras, automóviles, etc., así como en equipos sofisticados de tratamiento de datos

4ª. En los Signos Distintivos, LA MARCA es el signo de que se valen los industriales, comerciantes y prestadores de servicios para diferenciar sus mercancías o servicios de los de sus competidores. En este orden de ideas, la Marca es un signo para distinguir. Se emplea para señalar y caracterizar mercancías o productos de la industria, o bien servicios, diferenciándolos de los otros.

Tiene por objeto LA MARCA proteger las mercaderías y los servicios poniéndolos al abrigo de la competencia desleal mediante la identificación. Está destinada a especializar los productos en que se usan o los servicios que se valen de ellas y a indicar y garantizar su procedencia o las empresas que los prestan.

El NOMBRE COMERCIAL tiene como fin el de distinguir el nombre de una empresa o establecimiento mercantil de otros de su mismo género.

5ª. Si bien es cierto, LA MARCA COMO SIGNO DISTINTIVO TIENE COMO FUNCIÓN PRINCIPAL la de distinguir mercancías o productos de la industria, o bien servicios, diferenciándolos de otros, de su misma especie o clase que se encuentren en el mercado; también lo es que la figura jurídica de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo presenta una mayor aplicación que no sólo se limita al ámbito que le es propio, en virtud de que son utilizadas para otros fines, es decir, la función primordial de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo es la de distinguir productos o servicios; por lo que puede hacer las más de las veces funciones de Marca.

6ª. LA EXISTENCIA DE LA MARCA se justifica desde el punto de vista legal, porque es el instrumento mediante el cual, el Estado protege, tanto al público consumidor como al fabricante y comerciante de la posible competencia desleal.

7ª. Partiendo de las definiciones aquí expuestas, PROPONGO MI PROPIO CONCEPTO DE MARCA, la cual es un medio protector del que gozan los fabricantes y productores, para que

el público consumidor distinga sus productos o servicios de otros iguales o similares existentes en el mercado, ya sea nacional o internacional.

8º. EL NOMBRE COMERCIAL, tiene como fin salvaguardar los Derechos de los comerciantes con respecto de sus establecimientos, negociaciones y empresas, protegiendo de esta manera los rasgos distintivos de ellas tales como la firma, la reputación o la clientela, aspectos que muchas veces tienen un valor adquirido, toda vez que representan en cada momento a la empresa.

EL NOMBRE COMERCIAL es un Signo Distintivo que sirve para identificar la empresa de una persona física o jurídica, de las demás que tienen la misma o similar actividad industrial o comercial.

9º. EL AVISO COMERCIAL, comprende las frases u oraciones que anuncian al público, establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie.

10º. LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN es el nombre de un lugar geográfico con el que se identifican las mercancías que tienen similares propiedades derivadas de los elementos propios de dicha región geográfica, como clima, tierra y agua, así como de la técnica destreza, habilidad y tradición artesanal de quienes habitan la propia región, para producirlas. Actualmente, son siete las denominaciones mexicanas protegidas internacionalmente:

- TEQUILA
- MEZCAL
- OLINALÁ DE CHIAPAS,
- TALAVERA DE PUEBLA
- BACANORA DE SONORA
- ÁMBAR DE CHIAPAS
- CAFÉ DE VERACRUZ.

11º. LA RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO es una figura jurídica considerada "sui generis", en virtud de que su regulación es totalmente desigual e independiente al Derecho de Autor, y a los Derechos conexos.

12º. . La LEGISLACIÓN APLICABLE a la materia de la Propiedad Industrial, será regulada por la Ley de la Propiedad Industrial (Ley de la Propiedad Industrial), mientras que los Derechos de Autor se regularán por la Ley Federal del Derecho de Autor (Ley Federal del Derecho de Autor),

13º. Los DERECHOS DE AUTOR son el conjunto de prerrogativas que las leyes reconocen y confieren a los creadores de obras intelectuales externadas mediante la escritura, la imprenta, la palabra hablada, la música, el dibujo, la pintura, la escultura, el grabado, la fotocopia, el cinematógrafo, la radiodifusión, la televisión, el disco, cintas de audio, el videocasete y por cualquier otro medio de comunicación.

14°. Los DERECHOS CONEXOS son aquellos Derechos que no se han contemplado dentro del campo del Derecho de Autor, ambos se encuentran íntimamente ligados. Considerados como un Derecho nuevo, nacido de los Derechos de autor existentes. En nuestro país, la Ley Federal del Derecho de Autor, menciona que; los artistas, intérpretes o ejecutantes, los editores de libros, los productores de fonogramas, los productores de videogramas, los organismos de radiodifusión gozan de las prerrogativas denominadas "Derechos conexos o vecinos".

15°. La RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO regulada en el Artículo 173 de la Ley Federal del Derecho de Autor, radica en el hecho de usar y explotar exclusivamente títulos, nombres, denominaciones, características físicas y psicológicas distintivas, o características de operación originales que se apliquen a: publicaciones periódicas, difusiones periódicas, personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos, personas o grupos dedicados a actividades artísticas, y promociones publicitarias.

16. LA PROTECCIÓN ACUMULADA, opera en el momento de que al ser susceptible de protección mediante la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, también mediante la Marca, así como lo establece la Ley de la Propiedad Industrial; surge consecuentemente en el agro de protección de la Propiedad Intelectual un sin fin de conflictos jurídicos, en razón a la existencia una doble regulación, debido a que se encuentran en forma simultánea legislados y protegidos tanto en la Ley de la Propiedad Industrial y en la Ley Federal del Derecho de Autor.

17°. En LA DOCTRINA comienza la necesidad de estudiar la naturaleza jurídica de la "Protección Acumulada", se puede percibir que no se ha tocado a fondo y por ello, se ha concluido que es preferible la existencia de una doble protección, es decir, tanto en el ámbito de la Propiedad Industrial, como en el del Derecho de Autor, que la carencia de la misma.

18°. LOS CONFLICTOS se presentan cuando respecto del mismo nombre a aplicar a una publicación o difusión periódica, o a un grupo artístico o musical, existe un titular del registro Marcario en la clase correspondiente, que es distinto y no tiene ninguna relación o vinculación jurídica con el titular de la Reserva de Derechos al Uso Exclusivo.

19°. Se debería determinar a nivel doctrinal, ya que a nivel jurisprudencia aún no se han presentado conflictos, cuál de los dos Derechos debe prevalecer: si el que se deriva de la legislación autoral, atendiendo al contenido casi siempre artístico o intelectual que está presente en una obra escrita o en las ejecuciones o interpretaciones de un grupo musical, o bien, el Derecho Marcario, considerando la actividad comercial implícita en la publicación o difusión periódica o en las actividades de un grupo musical o artístico.

20°. Al considerar el valor de la creatividad como el bien jurídico tutelado por el Derecho de Autor, podríamos concluir la preeminencia de la Legislación autoral, como la fuente idónea de protección jurídica que confiere el Derecho de exclusividad al uso de un título para una publicación o difusión periódica, el nombre de un grupo artístico o musical,

así como las características de los personajes humanos de caracterización, o ficticios o simbólicos.

Dicha controversia, nace en la práctica y cuya posible solución doctrinal no ha sido resuelta por los órganos jurisdiccionales, misma que hubiera sido favorable en el capítulo II del título VIII de la nueva Ley Federal del Derecho de Autor , contiene una regulación mucho más detallada y precisa que su predecesora en materia de Reserva de Derechos, se hubieran previsto algunos lineamientos para los casos de conflictos derivados de la Protección Acumulada.

21°. Se debió disponer una mayor reglamentación en materia del examen de novedad de las solicitudes de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo, estableciendo una relación de coordinación de la autoridad en materia de Derechos de autor con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a cargo del registro de los signos Marcarios, en que se pudiera, al momento de realizar el examen de novedad, consultar los registros Marcarios o solicitudes en trámite, relativas a publicaciones y servicios de entretenimiento, para de esta manera evitar la existencia de dos titulares diferentes para el mismo Derecho, y así, prevenir los conflictos que han surgido en este tema.

BIBLIOGRAFIA

- ❖ Alanis Pastrana, Adolfo. *La Protección y Reserva de los Títulos de Obras y Publicaciones Periódicas*. Revista de la Facultad de Derecho, México, 1961, 176 pp.
- ❖ Álvarez Soberanis, Jaime. *Revista de Derecho Comercial y de las Obligaciones*. "La Función Económica de los Acuerdos de Clientela de Uso de Marcas en los Países en vías de Desarrollo. El caso de México". Año 9, No. 50, abril 1976.
- ❖ Álvarez Soberanis, Jaime. *La Regulación de las Invencciones y Marcas y de la Transferencia Tecnológica*. Porrúa, México, 1979, 729 pp.
- ❖ Allfeld, Philipp. *Del Derecho de Autor y del Derecho de Inventor*, Bogotá: Temis 1982
- ❖ Antequera Parilli, Ricardo. *Consideraciones sobre el Derecho de Autor* (Con especial referencia a la legislación venezolana), Buenos Aires, 1977, 120 pp.
- ❖ Barrera Graf, Jorge. *Tratado de Derecho Mercantil. Generalidades y Derecho Industrial*. Porrúa, México, 1957, 854 pp.
- ❖ Baylos Carroza, Hermenegildo. *Tratado de Derecho Industrial*. Editorial Cívitas, Madrid, 1978.
- ❖ Breuer Moreno, Pedro. *Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio*. Editorial Robis, Buenos Aires, 1946.
- ❖ Bottaro, Raúl H. *Disponibilidad de Derecho de Edición en América Latina*. Buenos Aires: Depalma 1979.
- ❖ Carmona Salgado, Concepción. *La Nueva Ley de Propiedad Intelectual*, Editorial Montecorvo, S.A., Madrid.
- ❖ Colombet, Claude, *Grands Principes Du Droit D'auteur Et Des Droits Voisins Dans Le Monde, Approche De Droit Comparé*, Litec-UNESCO, Paris, 1990.
- ❖ Cornish, W, R, *Intellectual Property: Patents, Copyright, TradeMarks and Allied Rights*, London Sweet and Maxwell 1989.
- ❖ Del Rey Leñero, Juan . *Ley Federal del Derecho de Autor*, México: Porrúa 1978.
- ❖ Delgado, Antonio, "Fundamento y Evolución del Derecho de Autor", Seminario sobre Derechos de autor y Derechos conexos para jueces federales mexicanos. Organizado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, la Secretaría de

Educación Pública y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), México, 1993.

- ❖ *Derecho de la Propiedad Industrial e intelectual*, México. UNAM: Instituto de Investigaciones jurídicas .1991.
- ❖ Dock, M. C., *Génesis y evolución de la noción de Propiedad Literaria*, traducción al español de Juana Martínez-Arretz, RIDA, enero de 1974.
- ❖ *Encyclopaedia Britannica*, V, XIV, Encyclopaedia Britannica, Chicago, 1984.
- ❖ Farell Cubillas, Arsenio, *El Sistema Mexicano de Derechos de Autor*. Ignacio Vado Editor, México, 1966, 144 pp.
- ❖ Galindo Garfias, Ignacio. *Derecho Civil*. 10ª ed., Porrúa, México, 1990, 707
- ❖ García Besné Zúñiga, Rafael. *Marco Jurídico del Derecho Autoral Mexicano*, Tesis Profesional, Universidad Iberoamericana, México, 1994, 145 pp.
- ❖ García Pelayo y Gross. *Diccionario El Pequeño Larousse Ilustrado*. Editorial Larousse, México, 1994.
- ❖ Garrigues, Joaquín, *Curso de Derecho Mercantil*, Porrúa, México. 1981, p. 255,
- ❖ Gutierrez Y Gonzalez, Ernesto, *El Patrimonio*, Porrúa, México, 1995.
- ❖ Gutierrez Y Gonzalez, Ernesto. *El Patrimonio, el Pecuniario y el Moral o Derechos de la Personalidad y Derecho sucesorio*, 3ª ed, México: Porrúa 1990
- ❖ Harris, Marvin, *Our Kind*, Harper Perennial, New York, 1991.
- ❖ Herrera Meza, Humberto Javier, *Derecho romano*, Limusa, México, 1992.
- ❖ Herrera Meza, Humberto. *Iniciación de Derecho de Autor*, México. Limusa 1992.
- ❖ Jalife Daher, Mauricio. *Aspectos Legales de las Marcas en México*. 4ª ed. Sista, México, 1998, 238 pp.
- ❖ Jalife Daher, Mauricio. *Comentarios a la Ley de la Propiedad Industrial*. 1ª ed., McGraw-Hill, México, 1998, 525 pp.
- ❖ Jiménez Almeida, Roberto Carlos. *La Reserva de Derechos al Uso Exclusivo en la Ley Federal del Derecho de Autor*. Tesis Profesional, UNAM-Facultad de Derecho, México, 1999, 140 pp.
- ❖ Jimenez Huerta, Mariano. *Derecho Penal Mexicano*, tomo II (4ª ed.,1979); tomo IV (6ª ed; 1986), México: Porrúa, 1979.

- ❖ Linares y Urcuyo, Max R., "*Marcas no registrables*", Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística, México, Enero- Diciembre, 1974, p. 222.
- ❖ Lipszyc, Delia. *Derechos de Autor y Derechos Conexos*. UNESCO, CERLALC, 1993, 549 pp.
- ❖ Loredó Hill, Adolfo. *Derecho Autoral*. Mexicano, 2ª ed, México 1990
- ❖ Magallon Ibarra, Jorge Mario. *Instituciones de Derecho Civil*, Tomo IV, México: Porrúa, 1990.
- ❖ Mantilla Molina, Roberto. *Derecho mercantil*, 19a. ed., Porrúa, México, 1979, p. 33,
- ❖ Mascareñas E., Cados. *Las Marcas en el Derecho Comparado y el Derecho Venezolano*. Colección Justitia et Jus. No. 10, Venezuela, 1963.
- ❖ Mendieta R., Sonia. *Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística*. "Evolución Histórica de las Marcas". No. 1, enero a junio 1963.
- ❖ Michaus Romero, Martín. *Modos de Concluir el Derecho a la Marca. Ponencia presentada en el Diplomado a Distancia Vía Satélite "Sistema de Propiedad Intelectual en México: Su Aplicación en el Contexto Académico y Empresarial"*, Instituto Mexicano De La Propiedad Industrial, 27 de marzo del 2000.
- ❖ Miserachs, Paul. *La Propiedad Intelectual*. Fausí, Barcelona, 1987, 174 pp.
- ❖ Mouchet, Carlos y Sigfrido Radaelli. *Derechos Intelectuales sobre las Obras Literarias y Artísticas*. Tomo I, página 73, Editorial Guillermo Kraft Ltda., Buenos Aires, 1948, 153 pp.
- ❖ Mouchet, Carlos y Sigfrido RADAELLI. *Los Derechos del Escritor y del Artista*. Ediciones Cultura Hispánica, Madrid, 1953, 179 pp.
- ❖ Mouchet, Carlos y Sigfrido Radaelli. *Los Derechos de la Cultura*, Editorial Perrot, Buenos Aires, 1957, 135 pp.
- ❖ Nava Negrete, Justo. *Derecho de las Marcas*. Porrúa, México, 1985, 457 pp.
- ❖ Neme Sastre, Ramón., *De la Autoría y sus Derechos*, México: SEP, 1988.
- ❖ Obón León, J. Ramón. *Derecho de los Artistas Intérpretes Actores, Cantantes y Músicos Ejecutantes*. 3ª ed., Trillas, México, 1996, 400 pp.
- ❖ O'Farrell, Ernesto. *Transferencia de Tecnología: Ley 21.617*, Buenos Aires: Abeledo Perrot, 1977.

- ❖ OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *Transferencia de Tecnología a los países en desarrollo, Aspectos Jurídicos de los acuerdos de licencia en el campo de las patentes, las Marcas y los conocimientos técnicos*. Documento PJ192, Ginebra, 1 de Junio de 1975, p. 3.
- ❖ Otamandi, Jorge. *Derecho de Marcas*, Buenos Aires . Abalodo Perrot, 1989.
- ❖ OMPI, *Glosario de Derechos de Autor y Derechos Conexos*. Génova, 1980.
- ❖ Otero Lastres, José MANUEL. *El Modelo Industrial*, Madrid: Montecorvo,1977.
- ❖ Otero Muñoz, Ignacio, *El Derecho de Autor y su Registro en México*, en Memoria del VI Congreso Internacional sobre la Protección de los Derechos Intelectuales, (Del autor, el Artista y el Productor), SEP, OMPI, FEMESAC, México, 1991, p. 393.
- ❖ Palomar De Miguel, Juan. *Diccionario Jurídico para Juristas*. Editorial Mayo Editores, México, 1981, 897 pp.
- ❖ Pérez Miranda, Rafael. *Propiedad Industrial y Competencia en México*. Porrúa, México, 1994, 242 pp.
- ❖ Picard, E. *Le Droit Pur*. Paris, Flammarion, 1908, 129 pp.
- ❖ Pina, Rafael de y Pina Vara, Rafael de. *Diccionario de Derecho*. 24ª ed., Porrúa, México, 1986, 525 pp.
- ❖ Prado Nuñez, Antonio. *El Derecho de Intérprete en el Sistema Mexicano de los Derechos de Autor*, Tesis Profesional, UNAM-Facultad de Derecho 1958, 154 pp.
- ❖ Rangel Medina, David. *Derecho Intelectual*. 1ª ed., McGraw-Hill, México, 1998, 225 pp.
- ❖ Rangel Medina, David. *Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual*. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1991, 155 pp.
- ❖ Rangel Medina, David. *Las Marcas y sus Leyendas Obligatorias*, (Serie: Estudios jurídicos sobre la Propiedad Intelectual), México, 1984.
- ❖ Rangel Medina, David. *"El nuevo régimen de las Denominaciones de Origen en México"*, La Propiedad Intelectual, revista trimestral de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, año VI, núm. 2, Ginebra, 1973, PP. 60-75.
- ❖ Rangel Medina: *"La protección internacional de las Denominaciones de Origen"*, en Estudios sobre cuestiones relativas a la revisión del Arreglo de Lisboa, o a la

conclusión de un nuevo Tratado sobre indicaciones geográficas, Oficina Internacional de la OMPI. Documento TAOISI5 original: español, enero de 1979

- ❖ Rangel Medina, David. *Tratado de Derecho Marcario*, las Marcas Industriales y Comerciales en México. Libros de México, México, 1960, 471 pp.
- ❖ Rangel Ortiz, Alfredo. *Modos de Concluir el Derecho a la Marca*. Editorial Libros de México, México, 1984, 130 pp.
- ❖ Rodríguez, Esperanza. *Criterios del Instituto Mexicano De La Propiedad Industrial en Materia de Marcas*. Ponencia presentada en el Seminario "La Defensa de los Derechos de Propiedad Intelectual", Menlo Park. Seminarios Profesionales, 9 de septiembre de 1999.
- ❖ Rodríguez y Rodríguez, Joaquín. *Derecho Mercantil*. Tomo 1, Editorial Porrúa, México, 1974.
- ❖ Roguel Vide, Carlos. *Autores Coautores y Propiedad Intelectual*. Madrid: Tecnos, 1984.
- ❖ Rondó de Sansó, Hildegart. *Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística*, La cesión de la Marca", No. 3, No. 5, enero a junio, México, 1965.
- ❖ Satanowsky, Isidro. *Derecho Intelectual*, Tipográfica Editorial, Argentina, Buenos Aires, 1954, p. 35.
- ❖ "Situación de los Tratados al lo. de enero de 1995", en Propiedad Industrial Derecho de Autor, *Revista bimestral de la OMPI*, año 1, No. 1, Ginebra, enero-febrero de 1995, p. 19.
- ❖ Sepulveda, César. *El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial*. Un Estudio sobre las Patentes, los Certificados de Invención, Las Marcas, Los Avisos y los Nombres Comerciales y la Competencia Desleal. 2ª ed., Porrúa, México, 1981, 258 pp.
- ❖ Serrano Migallón, Fernando. *La Propiedad Industrial en México*. 3ª ed. Porrúa, México, 2000, 523 pp.
- ❖ Serrano Migallón, Fernando. *Nueva Ley Federal del Derecho de Autor* , 1ª ed., Porrúa, México, 1998, 609 pp.
- ❖ Troller, Kamen, *Manuel du droit suisse des biens immatériels*, tome I, Helbing & Lichtenhahn, Frankfort du Mein, 1992.
- ❖ Uchtenhagen, Ulrich, "Génesis y evolución del Derecho de Autor en el mundo", en Memoria del VI Congreso Internacional sobre Protección de los Derechos Intelectuales, (Del Autor, el Artista y el Productor), SEP, OMPI, FEMESAC, México, 1991.

- ❖ Uria, Rodrigo. *Derecho mercantil*, undécima edición, Madrid 1976, p. 63,
- ❖ Vadillo González, Julián. *Conveniencia de Suprimir la Reserva de Derechos de la Legislación Autoral Mexicana por su Ineficiencia Jurídica*. Tesis Profesional, Universidad Continental, México, 1998, 127 pp.
- ❖ Valdés Otero, Estanislao. *Derechos de Autor. Régimen Jurídico Uruguayo*. Biblioteca de Publicaciones Oficiales de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Montevideo. Sección III, Uruguay, 1953, 125 pp.
- ❖ Vázquez Vicente, Ma. de los Ángeles. *Régimen de Reserva de los Personajes Humanos y de los Nombres Artísticos en el Sistema Mexicano de Derechos de Autor*. Tesis Profesional, UNAM, Enep-Acatlán, 1997, 110 pp.
- ❖ Viñamata Paschkes, Carlos. *La Propiedad Intelectual*. 1ª ed., Trillas, México, 1998, 360 pp.
- ❖ Wionczk, Miguel S; BUENO, Gerardo y NAVARRETE, Eduardo J. *La Transferencia Internacional de Tecnología: El caso de México*, 2ª ed; México: Fondo de Cultura Económica, 1988.
- ❖ Wittenzellener, Ursula. *Derecho de Marcas en la Argentina*. Bases y Desarrollo, Buenos Aires: Abeledo-Perrot, 1989.
- ❖ Zamora Y Valencia, Miguel Ángel, *Contratos Civiles*, Porrúa, México, 1985.

DICIONARIOS

- *Diccionario Ilustrado De La Lengua Española Aristos*. Editorial Ramón Sopena, España, 1998, 831 pp.
- *Instituto De Investigaciones Jurídicas*. Diccionario Jurídico Mexicano, 14ª ed., Porrúa, México, 2000.
- *Pequeño Diccionario Ilustrado Larousse*, Ediciones Larousse, México, 1995.

PAGINAS WEB

- <http://www.Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.gob.mx>
- <http://www.sep/Instituto Nacional del Derecho de Autor.gob.mx>

- Guía del Usuario sobre el Procedimiento Contencioso Administrativo. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- Guía del Usuario sobre Signos Distintivos. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- Guía del Usuario sobre Patentes y Modelos de Utilidad. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
- Guía del Usuario sobre Diseños Industriales. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

LEGISLACIÓN

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, D.O.F. 5 de febrero
Artículo 28 Constitucional Con sus reformas y adiciones

- ❑ Ley de la Propiedad Industrial (D.O.F. 27 de junio de 1991; reforma D.F.O. 2 de agosto de 1994; 26 de diciembre de 1997, y 17 de mayo de 1999)
- ❑ Reglamento De La Ley De La Propiedad Industrial (D.O.F. 23 de noviembre de 1994)
- ❑ Ley Federal del Derecho de Autor (D.O.F. 24 de diciembre de 1996; reforma D.O.F. 19 de mayo de 1997)
- ❑ Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor (D.O.F. 22 de mayo de 1998)
- ❑ Reglamento Del Instituto Mexicano De La Propiedad Industrial (D.O.F. 14 de diciembre de 1999)
- ❑ Código Penal Federal (reforma D.O.F. 24 de diciembre de 1996, 19 de mayo de 1997 y 17 de mayo de 1999)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Tequila" (D.O.F. 13 de octubre de 1977, modificación D.O.F. 3 de noviembre de 1999, modificación D.O.F. 26 de junio de 2000)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Mezcal" (D.O.F. 28 de noviembre de 1994)

- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Olinalá" (D.O.F. 28 de noviembre de 1994)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Talavera" (D.O.F. 9 de septiembre de 1994, modificación D.O.F. 11 de septiembre de 1977)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Bacanora" (D.O.F. 6 de noviembre de 2000)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Café Veracruz" (D.O.F. 15 de noviembre de 2000)
- ❑ Declaración General de Protección de la Denominación de Origen "Ambar de Chiapas" (D.O.F. 15 de noviembre de 2000)
- ❑ Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, D.O.F. 29 de diciembre de 1976 Con sus reformas y adiciones
- ❑ Ley Federal sobre Metrología y Normalización
D.O.F. 1° de julio de 1992
Reformas y adiciones
- ❑ Ley Federal de Competencia Económica
D.O.F. 24 de diciembre de 1992
Reformas y adiciones
- ❑ Código de Comercio
D.O.F. del 7 al 13 de octubre de 1889
Reformas y adiciones
- ❑ Código Civil para el Distrito Federal en Materia Común y para toda la República en Materia Federal
D.O.F. 26 de marzo de 1928
Reformas y adiciones
- ❑ Código Federal de Procedimientos Civiles
D.O.F. 24 de febrero de 1942
Reformas y adiciones
- ❑ Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal
D.O.F. del 1° al 21 de septiembre de 1932
Reformas y adiciones
- ❑ Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, D.O.F. 27 de agosto de 1932
Reformas y adiciones

- Ley de Instituciones de Crédito
D.O.F. 18 de julio de 1990
Reformas y adiciones
- Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas y de Seguros
D.O.F. 31 de agosto de 1935
Reformas y adiciones

CONVENIOS Y TRATADOS

- Convenio De Paris Para La Protección De La Propiedad Industrial (Acta De Estocolmo)
- Arreglo De Lisboa Relativo a la Protección De Las Denominaciones De Origen Y Su Registro Internacional (Acta De Lisboa)
- Reglamento Del Arreglo De Lisboa Relativo A La Protección De Las Denominaciones De Origen Y Su Registro Internacional (Acta De Lisboa)
- Tratado De Cooperación En Materia De Patentes (PCT)
- Reglamento Del Tratado De Cooperación En Materia De Patentes (PCT)
- Convención Internacional Sobre La Protección De Variedades Vegetales (UPOV) Acta De 1978
- Acuerdo Sobre Los Aspectos De Los Derechos De Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) (Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial de Comercio)
- Tratado De Libre Comercio De América Del Norte Entre Canadá, Estados Unidos y México (TLCAN) (Sexta Parte, Capítulo XVII Propiedad Intelectual)
- Acuerdo Entre México y la Unión Europea Concerniente al Reconocimiento Mutuo y Protección De Las Denominaciones En El Sector De Las Bebidas Espirituosas