



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**“ESTABLECIMIENTO COMO DELITO DE LA INFRACCIÓN ADMINISTRATIVA
PREVISTA EN LA FRACCIÓN IV DEL ARTICULO 213 DE LA LEY DELA
PROPIEDAD INDUSTRIAL”**

TESIS Y EXAMEN PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA

VÍCTOR MANUEL ALFARO DORANTES

ASESOR: LIC. ERNESTO ANIBAL RIVAS ROMERO

Febrero de 2015



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.

CAPITULADO

	Pág.
CAPÍTULO 1. PROPIEDAD INTELECTUAL	7
1.1 Antecedentes	8
1.2 Definición	15
1.3 Impacto mundial	18
1.4 La OMPI	18
CAPÍTULO 2. LA PROPIEDAD INDUSTRIAL	21
2.1 Antecedentes	23
2.2 Derechos	25
2.2.1 Patente	25
2.2.2 Denominación de Origen o Indicaciones Geográficas	33
2.2.3 Esquemas de Trazado Electrónico	36
2.2.4 Secreto Industrial	38
2.2.5 Modelo de Utilidad	42
2.2.6 Diseño Industrial	42
2.2.7 Nombre Comercial	43
2.2.8 Aviso Comercial	44
2.3 Naturaleza Jurídica en México	44
2.4 Tratados Internacionales	49
2.5 Delitos de Propiedad Industrial	50
CAPÍTULO 3. EL DERECHO DE AUTOR	58
3.1 Antecedentes	59
3.2 Las Obras Artísticas y Literarias	63
3.3 Los Derechos Morales y Patrimoniales	64

	Pág.
CAPÍTULO 4. LA MARCA	65
4.1 Definición	66
4.2 Antecedentes	68
4.3 Tipos de Marcas	69
4.4 Relevancia Económica	74
4.5 Afectación Económica	76
CAPÍTULO 5. EL DELITO	78
5.1 Concepto	79
5.2 Generalidades	80
CAPÍTULO 6. EL CÓDIGO PENAL FEDERAL	83
6.1 Antecedentes	84
6.2 Comentarios al artículo 424, fracción III del Código Penal Federal	86
CAPÍTULO 7. LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL	91
7.1 Antecedentes	92
7.2 Comentarios al artículo 213, fracción IV de la Ley de la Propiedad Industrial	95
CONCLUSIÓN	97
BIBLIOGRAFIA	
CIBERGRAFIA	

I. Justificación del Tema

A lo largo de la historia se ha demostrado que hay muy pocas posibilidades de que se establezca una competencia justa dejando simplemente que interactúen las fuerzas del mercado. En teoría, los consumidores en su función de árbitros del juego económico pueden disuadir a los empresarios deshonestos ignorando sus productos o servicios en beneficio de los competidores honestos. Ahora bien, la realidad es diferente, a medida que una situación económica se hace más compleja los consumidores son menos capaces de actuar como árbitros, con frecuencia no pueden siquiera reconocer por si mismos actos de competencia desleal y mucho menos reaccionar en consecuencia. Es más, es el consumidor junto con el competidor honesto quien debe ser protegido en mayor grado contra aquella competencia desleal.

II. Objetivo General

Mostrar los principales conceptos de la Propiedad Intelectual y la importancia que tiene como incentivo para el intelecto humano en el proceso del desarrollo económico, social y jurídico, para así comprender la importancia de establecer como delito el uso de una marca en grado de confusión a otra registrada.

III. Metodología

El presente estudio se lleva a cabo mediante una investigación bibliográfica y documental.

INTRODUCCIÓN

Los seres humanos somos por naturaleza creadores e inventores, por ello, se demostrado con el tiempo la relevancia de proteger esos inventos y creaciones, es así que la Propiedad Intelectual tiene antecedentes que se remontan a la Antigua Grecia, pasando por la Inglaterra de la Edad Media, hasta nuestros días.

La Propiedad Intelectual se relaciona de forma directa e indirecta en el desarrollo de la economía de los países, es difícil imaginar a un país de primer mundo sin la inversión en investigación, pues al final del día, es de esta última de donde surgen los conocimientos para modernizar la industria e incluso agilizar los procesos productivos y la reducción de costos.

En este trabajo se estudia los alcances de la Propiedad Intelectual, mostrando un breve recuento de su historia y las diferentes vertientes con las que se involucra. Se analiza que la Propiedad Intelectual no es un fenómeno novedoso, si no fundamental en el desarrollo del capitalismo, especialmente durante la Revolución Industrial, sin embargo, no es sino hasta el siglo XX y sin duda en este siglo, donde tiene una mayor relevancia mundial.

Se estudian los organismos internacionales y nacionales vinculados con la Propiedad Intelectual y se muestran sus funciones e instrumentos jurídicos surgidos, como sus principales disposiciones. Se analiza cuál es su situación en nuestro país; sus deficiencias e impacto en el desarrollo de la sociedad, como también los adelantos que se han tenido en este rubro.

Se analiza la situación de la Propiedad Intelectual en la industria y específicamente los registros marcarios para evitar su uso inapropiado.

CAPÍTULO 1

PROPIEDAD INTELECTUAL

La Propiedad Intelectual se entiende como *“un régimen de derechos que trata de proteger las ideas de las personas (...) el criterio básico es que todo aquel que desarrolle una idea es propietario de esa idea o invención”*.¹

La Propiedad Intelectual también es definida como *“todas aquellas normas que regulan los privilegios y beneficios que las leyes reconocen a favor de los autores y sus causahabientes, por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales”*.²

Este tipo de derecho se compone de dos vertientes, es decir, todas aquellas obras dirigidas a satisfacer la parte estética o bien que tenga que ver con lo artístico y la cultura en general y por otro lado, todos aquellos aspectos que se encargan de proteger lo comercial o industrial, ambos forman lo que se conoce como Propiedad Intelectual.

1.1 ANTECEDENTES

La evolución histórica que se genera entorno a los derechos de Propiedad Intelectual, ha estado fielmente relacionada con todos aquellos avances tecnológicos que se desarrollan día a día y por consecuencia la importancia que tiene el hombre de proteger sus creaciones o inventos, y de esta manera asumir la relevancia económica que adquieren las creaciones e inventos en el simple transcurso del tiempo.

¹Jesús Gallegos, Olvera, *El derecho internacional de la propiedad intelectual: alcances y límites en el ámbito multilateral de la OMPI y el TLCAN*, Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003, p. IX

²Rangel Medina, David, *Derecho Intelectual*, UNAM-McGrawHill, México, 1999, p. 1

Por estos factores tanto económicos como legales, la Propiedad Intelectual nunca ha seguido una evolución lineal, puesto que la evolución de este derecho se rige por la evolución social y tecnológica, que no se rigen por un patrón evolutivo bien establecido, lo que lleva a que la Propiedad Intelectual sufra cambios de forma constante, es decir, se adapta a su entorno.

Las evidencias de tan particular derecho nos llevan al siglo VII A. C., cuando los griegos otorgaron por medio de lo que ahora conocemos como Secreto Industrial, el reconocimiento a los cocineros sobre sus recetas. Sin embargo, no fue sino hasta finales de la Edad Media e inicio del Renacimiento cuando aparecen las cartas patentes que eran *“documentos oficiales mediante los cuales se conferían al inventor ciertos derechos, privilegios, grados o títulos; además, la entrega de las cartas patentes era pública”*³

En Venecia en 1443 se expidió la primera patente que mostraba las características de una patente moderna para la protección de una invención; este hecho se complementó con la Ley General de Patentes, aprobada en Venecia en 1474, la cual, *“obligaba a que su titular registrara cualquier nuevo e ingenioso mecanismo no producido previamente dentro de Venecia, y se prohibía reproducirlo a cualquier otro que no fuera el inventor, a menos que hubiera de por medio regalías razonables”*.⁴

De esta manera en dicha ley se establecieron diversos apartados, como la utilidad social; la promoción de la actividad inventiva; el resarcimiento de los costos incurridos por el inventor y el derecho del inventor a gozar de los frutos de su capacidad inventiva por enunciar algunos.

³Becerra Ramírez, Manuel, La propiedad intelectual en transformación, IIJ-UNAM, México, 2004, p. 8

⁴Ibidem, p. 9

Otro hecho que antecede a la Propiedad Intelectual se encuentra en el Estatuto de Monopolios de Gran Bretaña, el cual fue aprobado por el Parlamento en 1623 indica: *“El Estatuto estipuló contrarios a la ley todos los monopolios de la Corona, cartas y patentes. Ésta es una reacción a los abusos a los que se habían llegado con las prácticas de las patentes ya que, por ejemplo, al final del reinado de Isabel I, el papel, la cerveza, el vinagre, la sal, el almidón, el aceite y otros artículos de consumo no podían ser vendidos más que por los beneficiarios de las patentes royal (...) Sin embargo, se estableció una excepción: la concesión de un monopolio para toda nueva manera de fabricación dentro del reino”*.⁵ Lo anterior indicaba la pauta para que verdaderos inventores pudieran solicitar una protección estatal para su nuevo producto.

El impacto de la Propiedad Intelectual ha cambiado muchos aspectos jurídicos de protección en el ámbito mundial, pues a partir de sus orígenes se ha orientado a la protección de bienes que no pueden tocarse, ni observarse, pero que sin embargo existen y deben ser protegidos por el interés de su titular y por el impacto económico que en un futuro pudiese tener.

En lo que respecta a los antecedentes de nuestro país, los primeros registros que se tienen sobre Propiedad Intelectual se remontan a la primera ley que surgió en México en materia de patentes de invención la cual fue el decreto expedido por las cortes Españolas el 2 de octubre de 1820. Esa ley fue expedida con la finalidad de proteger los derechos de propiedad sobre los que intervenían, perfeccionaban o introducían algún elemento al ramo de la industria de aquel entonces. Sin embargo el título de propiedad del inventor no se le llamaba patente, pues recibía

⁵Becerra Ramírez, Manuel, *La propiedad intelectual en transformación*, IJ-UNAM, México, 2004, p. 10

el nombre de “Certificado de Invención” el cual tenía una vigencia de 10 años según el artículo 13 de la ley de 1820.

Pasando la consumación de la independencia de nuestro país, el primer texto legal que se expidió posterior a dicho acontecimiento fue la ley del 7 de mayo de 1832, sobre el privilegio exclusivo a los inventores o perfeccionadores de algún ramo de la industria, la cual señalaba para las patentes de invención una vigencia de 10 años.

Mas tarde surge la ley del 7 de junio de 1890 sobre patentes de privilegio a los inventores o perfeccionadores, conforme la cual las patentes se otorgaban por un plazo de 20 años susceptibles a una prórroga por 5 años.

Para el año de 1903 se expide una nueva ley nombrada Ley de Patentes de Invención, comenzó a regir a partir del 1º de octubre del mismo año, fijando un plazo de 20 años susceptibles a una prórroga de 5 años, sin embargo es en la creación de esta ley donde se incorpora por vez primera las patentes de Modelos y Dibujos Industriales.

Con fecha 26 de junio de 1928 surge la Ley de Patente de Invención, que comenzó a regir el 1º de enero de 1929, en la cual se estipula una vigencia de 20 años para todas las patentes de invención de forma improrrogable y un plazo de 10 años para todas las patentes de Modelos y Dibujos Industriales.

Hacia 1942 surge la Ley de Propiedad Industrial (DOF 31 de diciembre de 1942), en la que se establece un plazo improrrogable de 15 años para todas las patentes de invención y de 10 años para las patentes de Modelo o Dibujo Industrial. La característica principal de esta ley sobre sus antecesoras fue la codificación de todas las disposiciones relativas a patentes de invención, patentes de modelo y dibujo industrial, marcas, avisos comerciales, nombres comerciales y competencia desleal.

La evolución Normativa en materia de Derechos de Autor es muy extensa, dado que el primer registro que se tienen documentado en nuestro país data del año 1764, cuando el 20 de octubre del año en comento, por ordenes de Carlos III fue dictada para España y sus dominios (que incluían la Nueva España) la llamada "Real Orden". Esta orden tenia como característica el hecho de que se reconocían a todos los Derechos Autorales como un Derecho que podría persistir una vez fallecido el Autor, además de que establecía el derecho a los autores, para que estos pudieran proteger y defender sus obras antes de que el Santo Oficio de la inquisición las prohibiera, otra de las características que se desprendieron de esta orden, fue que establecía las características que tendrían las obras que se consideraban del dominio público, así como los lineamientos para conceder las licencias que permitirían realizar la reimpresión de ciertos libros.

Más tarde, el 3 de Diciembre de 1813, las cortes generales y extraordinarias españolas, extendieron las reglas que velarían por los derechos de los Autores de aquella época, consagrándose así "Las Reglas para Conservar a los Escritores la Propiedad de sus Obras", la que entre otras cosas, concedió a los Autores los derechos exclusivos de imprimir sus propios escritos durante su vida, y diez años posteriores a su muerte para con sus sucesores.

Más tarde, pero en el mismo año de 1813, José Mariano Salas, encargado del Supremo Poder Ejecutivo, expidió un decreto sobre propiedad literaria, en el que entre otras cosas, se reglamentaba el anterior decreto del 3 de Diciembre, en el que se reconocieron por vez primera en nuestro país, los derechos autorales de los extranjeros en igualdad de circunstancias legales que los mexicanos y por demás importante, fue el primer ordenamiento que estableció penas para los falsificadores de aquella época.

No fue sino hasta el año de 1846, cuando el 3 de Diciembre, se elaboró un nuevo decreto nombrado "Decreto del Gobierno sobre la Propiedad Literaria", el cual entre sus diversos artículos establecía que todas aquellas obras que se publicaran por orden del gobierno, pasarían a ser propiedad común cinco años después de

su publicación, exceptuando, las leyes y decretos que tendrán este carácter luego de que se insertasen en el periódico oficial. Otro de los aspectos de mayor relevancia en este decreto fue el establecimiento de multas a todas aquellas personas que incurrieran en la falsificación de obras, aportando también la definición de dicho acto.

Más tarde, en el Código Civil para el Distrito Federal y el territorio de Baja California del año de 1870, en su título octavo del libro II, "Del trabajo", se regularon los derechos de Propiedad Literaria, Propiedad Dramática y Propiedad Artística, así como las reglas para declarar la falsificación.

Mediante la Constitución de 1917, fue incorporado el Derecho de Autor en su artículo 28 de la misma.

Posteriormente el Código Civil para el Distrito Federal y Territorios Federales en materia común y para toda la República en Materia Federal del 31 de Agosto de 1928, establecía que el Derecho de Autor no era un Derecho de Propiedad, sino un privilegio de explotación.

Fue el 14 de Enero de 1948, cuando se expidió la "Ley Federal sobre el Derecho de Autor". El 31 de Diciembre de 1948, se presentó el decreto que reformaba el artículo 7º de la ley en comento y que mas tarde en el año de 1952 mediante Decreto del 9 de Enero del mismo año, fueron reformados los artículos 114 y 124 de la "Ley Federal sobre el Derecho de Autor".

Posteriormente, mediante el Decreto del 21 de Diciembre de 1963, fue adicionada la "Ley Federal del Derecho de Autor del 31 de Diciembre de 1956".

Mediante Decreto del 11 de Enero de 1982, fue reformada y adicionada la "Ley Federal de Derechos de Autor.

Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de Derechos de Autor (17 de julio de 1991).

El 22 de Diciembre de 1993 se realizó el Decreto que reformó, adicionó y derogó disposiciones de diversas leyes relacionadas con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Mediante decreto del 19 de Mayo de 1997, fue reformada la fracción III del artículo 231 de la Ley Federal del Derecho de Autor, así como la fracción II del artículo 424 del Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.

En el año de 2003, mediante Decreto del 23 de Julio del mismo año, fue reformada la Ley Federal del Derecho de Autor.

Por último, contamos con el Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial y el artículo 232 de la Ley Federal del Derecho de Autor del 27 de Enero de 2012.

En materia de Reglamentos, podemos citar los siguientes:

1. Reglamento para el Reconocimiento de Derechos Exclusivos de Autor, Traductor o Editor (17 de octubre de 1939).
2. Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor (22 de mayo de 1998).
 - a) Decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor (14 de septiembre de 2005).

Es por lo anterior que se demuestra que el derecho de Propiedad Intelectual que abraza tanto la Propiedad Industrial como el Derecho de Autor, no es un acontecimiento o fenómeno social de hoy en día, si no un fenómeno histórico adaptado a las necesidades sociales de nuestro país y que en la actualidad continua en constante evolución jurídica, histórica y social, puesto que la

intervención global que ha sufrido nuestra Nación ha exigido al derecho de Propiedad Intelectual una adaptación y evolución, puesto que nuestras leyes e interpretaciones no pueden suprimirse a un concepto nacional, si no que debe regirse bajo los estándares internacionales, llámense tratados sobre la materia que nos ocupa.

1.2 DEFINICIÓN

El inventor de una máquina, el autor de un libro o el escritor de una pieza musical, posee todos los derechos sobre ellos, constituyéndose la conciencia de que no puede ser copiado algún ejemplar de la obra o invento, sin tomar en cuenta los derechos que los rodean.

Al igual que los escritos o partituras de una pieza musical, los diseños industriales de algún objeto, son propiedad de alguien o de alguna organización, por tanto, cada vez que compramos algún bien que se encuentre protegido o respaldado por las leyes, parte de lo que se paga regresa a su propietario o titular con derechos sobre ese bien, este pago que se otorga resulta una recompensa por el tiempo, dinero, esfuerzo e ideas desarrolladas por la persona que invirtió en su creación o invento.

Gracias a la protección que se brinda a las creaciones, han surgido diversas clases de industrias, como la musical, que se ha expandido en todo el mundo, alentando a nuevos talentos a producir más obras originales. El siguiente cuadro muestra algunas obras o figuras industriales que tienen derecho a protección en virtud de leyes nacionales y/o tratados internacionales en Propiedad Intelectual:

<ul style="list-style-type: none"> • Música con o sin letra. • Diseños Industriales. • Denominaciones de origen. • Audiovisuales. • Avisos comerciales. • Inventos. • Información confidencial comercial e industrial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Arte aplicado. • Logotipos. • Procesos industriales. • Diseños gráficos. • Marcas. • Fórmulas químicas. • Programas de cómputo. • Esquemas de trazado electrónico.
---	---

El titular de la Propiedad Intelectual tiene libertad para utilizarla como desee, siempre que ese uso no infrinja la ley o para impedir a terceros que utilicen esa propiedad. La Propiedad Intelectual reserva las creaciones que son resultado de la mente humana o intelecto.

Es interesante observar que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI, no define de manera formal la Propiedad Intelectual. Sin embargo establece en sustitución una lista de los derechos relacionados con:

“Las obras literarias, artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; las invenciones en todos los campos de la actividad humana; los descubrimientos científicos; los dibujos y modelos industriales; las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como los nombres y denominaciones comerciales; la protección contra la competencia desleal; y "todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico".⁶

⁶Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, firmado en Estocolmo, el 14 de julio de 1967; Artículo 2, punto viii

Como señalé, la Propiedad Intelectual abarca al Derecho de Autor y la Propiedad Industrial; donde por un lado el Derecho de Autor se aplica a las creaciones artísticas como los poemas, novelas, música, pinturas y películas. En el idioma inglés a diferencia de los demás idiomas europeos se le conoce como “copyright”.

El término copyright tiene que ver con actos fundamentales que en relación a obras literarias y artísticas, pueden ser efectuados por el autor o por un tercero que cuente con su autorización. Se trata concretamente de la realización de copias de obras literarias y artísticas como libros, pinturas, esculturas, fotografías y obras cinematográficas.

También el Derecho de Autor nos remite a la persona que realizó la obra artística, a su autor, al que se le reconoce en la mayor parte de los países en el mundo, goza de derechos específicos como el derecho de impedir la reproducción deformada de su obra, prerrogativa que sólo a él le pertenece, mientras que existen otros derechos como el de efectuar copias, del que pueden gozar terceros, por ejemplo, todo editor que haya obtenido una licencia del autor con ese fin.

Por lo que respecta a la Propiedad Industrial el término Industrial se explica claramente en el Artículo 1.3 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que a la letra indica: *“La Propiedad Industrial se entiende en su acepción más amplia y se aplica no sólo a la industria y al comercio propiamente dichos, sino también al dominio de las industrias agrícolas y extractivas de todos los productos fabricados o naturales, por ejemplo: vinos, granos, hojas de tabaco, frutos, animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores, harinas”*.

La Propiedad Industrial se relaciona comúnmente en la protección de los signos que transmiten información, en particular a los consumidores, en lo que respecta a los productos y servicios disponibles en el mercado. La protección tiene por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos, que pueda inducir

a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a un error en general.

1.3 IMPACTO MUNDIAL

En el mercado mundial donde se explotan innovaciones, tecnológicas y la creación de medios de comunicación, la situación se torna compleja, puesto que es aquí donde las leyes nacionales e internacionales establecen únicamente fronteras conceptuales alrededor de la Propiedad Intelectual. Es decir, que si los tribunales no toman de forma amplia el papel jurídico que ésta juega en la sociedad y no se aplica en forma correcta, la sociedad quedará en una total inseguridad respecto de lo que compra.

Desde el siglo XIX las convenciones de París y Berna han sido el estándar para regular las leyes de Propiedad Intelectual de la mayoría de los países en el mundo, por lo que el régimen Paris-Berna ha traído seguridad a un mercado que se expandió desde Europa, hacia casi todo el Mundo.

En la actualidad las negociaciones en el seno del Acuerdo General sobre las Tarifas y Comercio, el GATT, han derivado en un acuerdo sobre los aspectos relativos al comercio de la Propiedad Intelectual, llamado TRIPS.

1.4 LA OMPI

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una organización internacional cuya finalidad es velar por la protección en todo el mundo en materia de Propiedad Intelectual de los derechos de los creadores y propietarios de bienes o creaciones que abarque, como por el reconocimiento y debida retribución a sus inventores y autores.

En tanto que es un organismo especializado de las Naciones Unidas, la OMPI es un foro en el que sus Estados miembros se esfuerzan por crear normas y prácticas para proteger los derechos de Propiedad Intelectual. En la mayoría de los países industrializados existen sistemas de protección, a estos países se suman un gran número de países en desarrollo, que están estableciendo sus propias normativas y sistemas de patentes, marcas y derecho de autor.

Ante la rápida globalización del comercio en los últimos diez años, la OMPI desempeña un papel fundamental en la consolidación de esos nuevos sistemas a través de la negociación de tratados; asistencia jurídica y técnica y la formación de medios de observación de derechos de Propiedad Intelectual. La OMPI cuenta con sistemas internacionales de registro respecto de patentes, marcas y diseños industriales, que simplifican el proceso de protección simultánea en un gran número de países. Es decir que en vez de tener que presentar solicitudes nacionales en cada uno de los países en que se requiera ser titular del derecho, esos sistemas permiten que los solicitantes presenten una única solicitud, en un sólo idioma y que sólo tengan que pagar una tasa de solicitud.

Los sistemas de protección internacional administrados por la OMPI abarcan cuatro mecanismos en la esfera de la propiedad industrial, a saber:

- El Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), para la presentación de solicitudes de patente en varios países;
- El Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas, para las marcas de comercio y de servicio;
- El Sistema de La Haya para el Depósito Internacional de Diseños Industriales; y
- El Sistema de Lisboa para el Registro Internacional de las Denominaciones de Origen.

Para solicitar una patente o registrar una marca o diseño, sea en el ámbito nacional o internacional, hay que cerciorarse primero que sean nuevas o sí por el contrario, ya es propiedad u objeto de reclamación de un tercero. En virtud de los tratados de la OMPI se han creado sistemas de clasificación, mediante los cuales se organiza la información dividiéndola en diferentes ramas de la Propiedad Industrial y en categorías que facilitan las búsquedas, a saber:

- Arreglo de Estrasburgo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes;
- Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas;
- Acuerdo de Viena por el que se establece una Clasificación Internacional de los Elementos Figurativos de las Marcas; y
- Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales.

CAPÍTULO 2

LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

La Propiedad Industrial es considerada un privilegio, dado que permite usar en forma exclusiva y temporal los signos distintivos que prevalecen en los productos, establecimientos y servicios, lo que se considera en cuatro grupos de instituciones:

- Primer grupo que compone la Propiedad Industrial, lo constituyen todas las creaciones industriales nuevas, que por lo común son patentes de invención, certificados de invención, registros de modelos y dibujos industriales.
- Segundo grupo de elementos, consisten en los signos distintivos como los siguientes: marcas, nombres comerciales, denominaciones de origen, anuncios y avisos comerciales.
- Tercera clasificación, se vincula con la represión de la competencia desleal.
- Cuarta clasificación, el adelanto económico y el progreso de la técnica, que han motivado el que en los últimos años se amplié el ámbito de la Propiedad Industrial a esferas tales como las variedades de vegetales, conocimientos técnicos y de las distintas fases que conforman la tecnología en su sentido más amplio.

Ésta materia es de suma importancia, ya que las personas relacionadas con ella, son los que se ocupan de generar aplicaciones en la industria o agregar comodidad al entorno con nuevas tecnologías.

En cuanto al ámbito legal el instrumento que protege la Propiedad Industrial en nuestro país es la “Ley de la Propiedad Industrial”, cuyo campo de acción se haya en la industria y el comercio. Siendo la entidad que regula este derecho el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), que es un órgano perteneciente a la Secretaría de Economía.

Para la Ley de la Propiedad Industrial una invención es “Toda creación humana que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas.”⁷

Entre las patentes de invención se encuentran incluidas las de importación; de perfeccionamiento y por último, patentes y certificados de adición, entre otros. La Propiedad Industrial se aplica no sólo a la industria y el comercio, sino también a la industria agrícola y extractiva, y productos naturales como “vinos, granos, tabaco, frutos, animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores, harinas”.

2.1 ANTECEDENTES

En los inicios de la civilización los inventos pasaban desapercibidos, sin tener la importancia debida, se debía a que el progreso técnico era lento y con el paso del tiempo el invento perdía importancia. No fue sino hasta la edad media en que los soberanos comenzaron a otorgar privilegios a las invenciones o mejoras (las cuales eran mínimas), lo que se convirtió en el primer aspecto histórico que marcaría las modernas patentes.

Al hablar de privilegios que de alguna manera en nuestros días son otorgados a una invención, nos remontamos al año de 1427, fecha que marcó el primer “privilegio” otorgado de manera exclusiva a una invención, dicho privilegio fue otorgado a la invención de un nuevo tipo de barco fabricado por FILIPPO BRUELLESCHI. Como consecuencia de lo anterior se dictó en Venecia la ley que establecía la obligatoriedad para el registro de las invenciones y otorgaba a los inventores un monopolio por 10 años.

En lo que respecta a los antecedentes normativos de la Propiedad Industrial en nuestro país, se encuentran los siguientes:

⁷ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Ley de la Propiedad Industrial*, artículo. 15, 27 de junio de 1991.

La primera ley que rigió en México en materia de patentes de invención fue el decreto expedido por las Cortes Españolas del 2 de octubre de 1820, donde no se conocía al título de propiedad de un inventor como “patente” sino “certificado de invención”.

Después de que se consumó la Independencia Nacional el primer texto legal que se expidió fue la ley del 7 de mayo de 1832, decretaba un privilegio exclusivo a los inventores y perfeccionistas de algún ramo de la industria, señalaba para las patentes de invención, fuerza y vigor durante diez años.

Para el 7 de junio de 1890, se creó la ley sobre patentes de privilegio a los inventores o perfeccionadores, donde las patentes eran otorgadas por un periodo de veinte años.

La ley de patentes de invención expedida el 25 de agosto de 1903, comenzó a regir el 1 de octubre de ese año, existió el privilegio de prorrogar el periodo de protección de 20 años a 5 años más, es en esta nueva ley donde se estableció por primera vez la protección a los modelos y dibujos industriales.

En cuanto a los signos distintivos, encontraremos diversos antecedentes que marcaran de alguna forma los inicios de protección para ellos:

Ley de Marcas de Fábrica de 1889, donde la duración de la propiedad de las marcas era indefinida.

Posteriormente surgió la Ley de Marcas Industriales y de Comercio, expedida el 25 de agosto de 1903, fijaba al registro de la marca una vigencia de veinte años.

Ley de Marcas, Avisos y Nombres Comerciales, se expidió el 26 de junio de 1928, cuyas disposiciones señalaban un plazo de veinte años para el registro marcario.

2.2 DERECHOS

En cuanto a los derechos en materia de Propiedad Industrial, es preciso recordar los elementos que lo componen, siendo los derechos de exclusividad de carácter temporal reconocidos a través de las patentes, los registros de certificados de invención, registros de modelos de utilidad y por último, registros de dibujos y modelos industriales.

Los componentes de signos distintivos, son los derechos exclusivos temporales que tienen su fuente en el registro de marcas, registro de avisos comerciales, registro de usuarios autorizados de denominaciones de origen y en la publicación de nombres comerciales.

Debe agregarse, ya sea al lado de las creaciones industriales nuevas, como aparece en la nueva ley mexicana o en la parte correspondiente a la represión de la competencia desleal al secreto industrial.

Es entonces que el derecho de Propiedad Industrial ampara marcas; patentes; esquemas de trazado electrónico; nombres comerciales; avisos comerciales; modelos de utilidad; diseños industrial; secretos industriales; denominaciones de origen y sistemas de franquicia.

Como mencione, el derecho de Propiedad Industrial es tan amplio que es difícil que se estudie en un solo conjunto, por ello, hablo de sus derechos o figuras a continuación de manera general:

2.2.1 Patente

La Patente como se conoce hoy en día se remonta a la edad media y principios del Renacimiento en Europa, inicialmente la creación de las patentes tenía por objeto promover la transferencia y publicidad de las tecnologías extranjeras, sin

embargo, más tarde y solo la patente inglesa, tenía por objeto la estimulación de la invención local.

Por lo que respecta a la palabra Patente, el significado que se le daba en la Gran Bretaña era “abierto” y se le utilizaba como “letterspatent”, donde su origen se remonta a la palabra en latín “litterae patentes” que en su traducción literal al español significaría “cartas abiertas”, sería de esta manera como las “Cartas Patentes” serían un documento oficial mediante el cual se le conferían al inventor, ciertos derechos y privilegios.

Lo anterior se puede interpretar como una clase de monopolio a favor del titular de una invención, con el fin de que solo él, la explotara, esto tenía una explicación meramente económica, es decir, los grandes maestros del exterior instalados en la Gran Bretaña, dispuestos a enseñar sus técnicas a sus similares locales, exigían como mínimo una protección temporal, de ahí que la patente inglesa tuviera una duración de 14 años con 7 años de posible prórroga.

En lo que concierna a la época moderna sobre las Patentes, es de enfatizar que las patentes de invención han estado en el centro mismo de los recientes debates sobre propiedad industrial, y han constituido la materia principal (aunque no única) de una intensa controversia entre países industrializados y en desarrollo. Las patentes para los efectos que nos interesa, pueden ser vistas desde tres puntos complementarios: como medio de protección de las innovaciones; como fuente de información y como barrera a la imitación.

El registro de una Patente permite excluir el uso de la invención por eventuales competidores; obtener una renta extraordinaria mientras dure o no se lancen al mercado, sustitutos cercanos del producto patentado. El ejercicio de una posición privilegiada en el mercado es el premio que el sistema de patentes ofrece a quien invirtió en el desarrollo del invento.

En América Latina existen grandes controversias respecto a la introducción de patentes farmacéuticas, es de destacar que muchos países al aceptar la introducción de esas patentes han buscado establecer mecanismos que aseguren ciertos márgenes de competencia, mediante la disponibilidad de licencias obligatorias y excepciones limitadas a los derechos exclusivos, sin embargo más allá de todas las controversias que puedan originarse alrededor de este tema, son pocas las patentes originadas en los propios países en desarrollo, entre ellos los de Latinoamérica, esto como consecuencia del poco interés en la inversión de su investigación y desarrollo, pues el reflejo de las cifras con respecto a estos países dan cuenta de un 3% del total mundial de esa inversión.

Es importante desglosar los elementos principales que componen la Patente, siendo primordial el hecho de saber dónde o sobre qué puede constituirse, por lo tanto basta con decir que una Patente es un *documento* que otorga una oficina de gobierno, por lo regular se le conoce como Oficina de Patentes, previa presentación de solicitud. Como segundo elemento encontramos el *contenido* que guarda ese documento, es en este donde se muestra una descripción detallada de la invención y por consecuencia genera una situación jurídica mediante la cual la invención sólo puede ser explotada con la autorización de su dueño, es decir el inventor queda protegido sobre su invención.

Es por lo anterior que se puede generar la certidumbre de que tanto el dueño como la invención quedan protegidos por una Patente y por consecuencia, el dueño conserva el derecho exclusivo de usar su invención como le guste por un periodo limitado de tiempo.

Otro de los aspectos que se deben tomar en cuenta para ser respaldados o protegidos por una Patente, es que no todo resulta ser una invención y por ende, no puede ser objeto de la protección que brinda una Patente, es por esto que es de suma importancia establecer y tener en cuenta que una invención debe reunir ciertas características, como una solución nueva a un problema técnico, como

ejemplos de invenciones refiero la plancha eléctrica; un broche de seguridad; un bolígrafo; una cinta curativa; un teléfono, etc.

Al conocer ya las características que debe tener una invención, es de suma importancia saber ¿Cuál es el objetivo de la Patente?, la respuesta a esta incógnita se basa en la protección de todos aquellos adelantos tecnológicos que pudieran generarse a lo largo de nuestra vida; por otro lado la teoría dispone que la protección que otorga una Patente, no solo recompense a la invención, sino también otorgue reconocimiento al perfeccionamiento de una invención, la cual tecnológicamente se puede comercializar más; el fin de dar reconocimiento a un perfeccionamiento inventivo es el brindar estímulo a la creatividad adicional y de esta manera alentar a las empresas a desarrollar nueva tecnología, con el objetivo de hacerla más vendible; útil para el público y deseable para su bienestar.

Al hablar de Patentes surge en la mente la siguiente incógnita: ¿Qué puede ser patentable?, la respuesta esta incógnita la tiene la Ley de la Propiedad industrial en su artículo 16, en donde el artículo en comento establece que serán patentables todas aquellas invenciones que resulten ser nuevas, las cuales surjan de la inventiva y que puedan ser aplicables a la industria. Sin embargo al hablar de objetos que pueden ser protegidos (patentables), también hay muchos otros que nuestra propia ley establece que no pueden serlo, y los cuales quedan excluidos de cualquier ámbito de patentabilidad, siendo las siguientes:

- I.- Los procesos esencialmente biológicos para la producción, reproducción y propagación de plantas y animales;
- II.- El material biológico y genético tal como se encuentran en la naturaleza;
- III.- Las razas animales;
- IV.- El cuerpo humano y las partes vivas que lo componen; y
- V.- Las variedades vegetales.

En esencia las Patentes se generaron para aquellos grandes adelantos, es decir, todo aquello que resultara nuevo y aplicable a la vida diaria, sin embargo también se reservan para pequeñas mejoras tecnológicas. Así, los adelantos patentables que se producen en un ámbito determinado de la tecnología pueden constituir grandes avances, como el invento de la penicilina o pequeñísimas mejoras, como una nueva palanca en una máquina que permita acelerar su funcionamiento.

Por lo tanto se puede concluir que para que un objeto pueda ser patentable debe satisfacer ciertos criterios relacionados con la novedad y otras condiciones de patentabilidad que se contemplan en nuestra Ley de la Propiedad Industrial y en el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC), el cual forma parte integral del contenido del Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio como Anexo 1C, firmado en Marrakech, Marruecos, el 15 de abril de 1994.

En el Acuerdo sobre los ADPIC en el artículo 27 de su sección 5: Patentes, se establecen tres criterios y condiciones para que una invención sea patentable, siendo los siguientes:

Primero: Debe presentarse una solicitud de Patente; en la mayoría de los casos un técnico experto examina la solicitud de Patente para asegurarse de que cumple los criterios esenciales de patentabilidad. El primero de estos criterios exige que la invención sea nueva, es decir, que la invención no haya sido inventada; efectuada o utilizada anteriormente.

Segundo: Se establece que exista un elemento inventivo: para considerar patentable una invención, ésta debe representar un avance suficiente en relación con el estado actual de la técnica. También se utiliza el término *no evidente*, es decir, si dicha invención es evidente para una persona con

conocimientos medios en el ámbito de la técnica en cuestión, no se cumplen los criterios que conducirán a una protección por patente.

Tercero: Que tenga aplicación industrial; la invención debe poder utilizarse de alguna manera en la industria, este es un criterio muy amplio, ya que prácticamente todo puede utilizarse, aunque sólo sea en la etapa de investigación.

Así pues, a fin de ser patentable, una solicitud para patentar una invención debe reunir los criterios señalados, ser nueva o novedosa; no obvia, debe tener inventiva y ser útil industrialmente.

Las ventajas que otorga una Patente son muy específicas y claras, el titular de una patente tiene el derecho de impedir a las personas que se encuentren en el ámbito territorial de la Patente el copiarla, utilizarla u ofrecer en venta los productos que obtengan de ella, importar la invención o realizar cualquier otro tipo de explotación a su favor, sin autorización de su titular. El hecho de que al inventor se le otorgue los más amplios derechos sobre su invención como mejor le convenga, no significa que estos derechos se encuentren por sobre la esfera legal de cada país donde se establezca la invención, uno de los ejemplos más destacados ha sido las maquinas tragamonedas, donde en diversos países resulta ser ilegal su utilización.

La Patente de una invención no resulta ser permanente o vitalicia, ya que tiene una vigencia de 20 años, tiempo que comienza a contabilizarse a partir de la presentación de la solicitud, plazo que se respeta en todos los países gracias a lo planteado en el Acuerdo Internacional, donde se estableció que el plazo de patentabilidad debe prolongarse durante al menos 20 años a partir de la fecha de presentación de la solicitud de patente.

Ahora bien, el plazo de vigencia de la Patente es otorgada bajo la condición de que la información vinculada con la patente se divulgue públicamente para generar

nuevas invenciones o mejoras, que podrán ser denunciadas después de que venza el plazo de vigencia de la Patente, luego entonces, los derechos de Patente se conceden a cambio de que el inventor revele completamente la tecnología al público respecto de cómo funciona su invento.

En algunos casos excepcionales el uso de una invención puede cederse a favor de una tercera persona a través de una licencia obligatoria que debe expedir el Tribunal Competente o en su defecto la Oficina de Patentes (según la Ley Nacional de que se trate). Lo anterior se encuentra previsto en el Convenio de Paris o el Acuerdo APDIC, donde se establece que el régimen de las licencias obligatorias evitará abusos que resulten de la mera exclusividad de los derechos que se le confieren al titular de la Patente.

Al hablar de tratados y acuerdos internacionales se piensa que la protección que brinda una patente puede expandirse por el resto del mundo, lo cual es cierto, sin embargo no puede existir una patente que ampare la invención de forma global; lo anterior se basa en el hecho de que no existe una patente que abarque todos los países o varios, por consecuencia se debe obtener protección (patente) en cada uno de los países donde se pretenda introducir el invento.

Con la globalización se tiende hacia un sistema internacional en materia de patentes, por ello se han comenzado a gestionar y discutir Tratados Internacionales sobre este tema, sin embargo en la actualidad se dispone del Tratado de Cooperación en materia de Patentes (PCT), el cual fue elaborado en Washington el 19 de junio de 1970, enmendado el 28 de septiembre de 1979, modificado el 3 de febrero de 1984 y el 3 de octubre de 2001,

El tratado estipula en su artículo tercero (Solicitud Internacional) y subsecuentes, la posibilidad de presentar una sola solicitud internacional de Patente que puede convertirse en numerosas solicitudes nacionales, sin embargo debe observarse que se trata de solicitudes y no de patentes, las cuales serán examinadas en cada

uno de los países designados, para que de esta manera pueda otorgarse patentes individuales sobre un mismo invento pero en varios países.

En algunos casos pueden existir sistemas regionales donde un solo continente se pueda estandarizar a un análisis en común, tal es ejemplo de la Organización Europea de Patentes, consiste en la realización de un único examen que de resultar satisfactorio, trae como consecuencia una serie de patentes nacionales, sin embargo la carencia de una patente Europea no ha sido posible, por lo que en ese continente se ha planteado un debate donde el tema central es la conveniencia de contar con una patente Europea única, que tiene como objetivo abarcar todos los países de la Unión Europea.

No existe una Patente mundial única, ni se tienen registros de planes para ello, debido a las diversas dificultades que entraña, se debate el modo de reducir los costos que supondría la obtención de una protección por Patente en el plano mundial; el costo de todos los exámenes de la misma invención que se deben realizar en distintos países, de conformidad con los acuerdos actuales; el costo de la traducción y de mantener una patente, ya que para que esté vigente debe pagarse, por lo general una tasa anual que puede ser elevada; si alguien obtiene patentes en diez países, debe pagar las tasas de mantenimiento en cada uno de los países, de no hacerlo en uno de ellos, su patente expira y pierde la protección derivada de la patente.

El acuerdo internacional administrado por la OMPI denominado Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT), que rige la presentación, búsqueda, publicación y examen de solicitudes internacionales, facilita la obtención de patentes en los Estados contratantes, ofreciendo la presentación de una solicitud internacional, a la que se da curso en las distintas oficinas regionales o nacionales designadas de los Estados partes en el PCT. No obstante, incluso en virtud del PCT, la concesión de patentes se deja a discreción de las oficinas designadas.

Cabe mencionar que la Patente no es el único medio de proteger una invención, ya que existe el Secreto Industrial.

2.2.2 Indicaciones Geográficas / Denominación de Origen

Las Indicaciones Geográficas resultan ser un medio sumamente importante para indicar el origen de los productos, bienes o servicios de los cuales estamos rodeados día a día, puesto que al promover el comercio se debe informar al usuario sobre la procedencia del producto, implica para el usuario una referencia sobre la calidad del producto.

Las Indicaciones Geográficas pueden utilizarse para productos industriales y agrícolas, la protección de dichas indicaciones se realiza en el plano nacional, no obstante existen varios tratados internacionales que protegen las indicaciones geográficas en varios países.

Las Indicaciones Geográficas en un sentido amplio incluyen las Designaciones de Procedencia del Producto. El Convenio de Paris no incluye en su terminología las Indicaciones Geográficas, utiliza los términos Indicaciones de Fuente o Procedencia y las Apelaciones de Origen.

Para comprender mejor que es una Indicación Geográfica, diré que esta se representa por dos elementos principales:

- “Indicación de Fuente o Procedencia, que significa cualquier expresión o signo utilizado para indicar el país, región o lugar de donde es originario el bien o servicio; ejemplo, “Hecho en Japón”. ”⁸
- “Apelación de origen, significa el nombre geográfico del país, región o lugar específico que sirve para designar que un producto es originado de dicho lugar, indicar las cualidades o características del producto o bien debido

⁸ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Curso General de Propiedad Intelectual*, Módulo 5, p. 3

esencial al medio ambiente, incluyendo factores humanos o naturales o ambos; ejemplo: “Champaña”.⁹

Una indicación geográfica es básicamente una referencia de que determinado producto proviene de una zona geográfica concreta; los ejemplos más conocidos son los que se utilizan para los vinos y licores, como la Indicación Geográfica de Champagne, se utiliza para indicar que un tipo especial de vino espumoso procede de la región de Francia llamada Champagne. El Jerez se utiliza para el vino fino producido en la región española que circunda a Jerez de la Frontera.

No obstante las indicaciones geográficas se utilizan para otros productos distintos de los vinos y los licores, como el tabaco de Cuba o los quesos como el Roquefort. Se usan para productos industriales como el acero de Sheffield o como en nuestro país, el Tequila, que tiene su origen en Jalisco, México.

Existen confusiones en cuanto a la diferencia de una Marca y una Indicación Geográfica, lo cual no debe suceder, ya que una Marca es un símbolo que utiliza un comerciante o empresa para distinguir sus productos y servicios de los de sus competidores y una Indicación Geográfica se utiliza para indicar la procedencia regional de ciertos productos, aunado a que los productores de dicha región pueden utilizarla, por ejemplo las indicaciones geográficas Bordeaux y Champagne que pueden ser utilizadas por los viticultores de las regiones de Burdeos y de Champagne, pero únicamente la empresa Moët et Chandon puede llamar a su champán Moët et Chandon Champagne®, por ser una marca.

Cabe destacar que en cuanto a la existencia de ciertas diferencias entre la Denominación de Origen y Indicación Geográfica, son nulas, puesto que las Denominaciones de Origen resultan ser un tipo específico de Indicaciones Geográficas. Una Indicación Geográfica refleja que un producto determinado procede de una zona concreta, como la expresión “Hecho en Suiza”, resulta ser una Indicación Geográfica que remonta al comprador que el producto procede de

⁹ Ibídem

aquel país. En lo que trata a una Denominación de Origen, esta resulta ser una Indicación Geográfica más precisa, especifica que el producto en cuestión posee ciertas cualidades y que estas a su vez se deben esencial o exclusivamente a su lugar de origen, ciertos productos deben sus cualidades específicas al lugar del que provienen, como el caso del queso Roquefort, pues quienes fabrican ese queso aseguran que el sabor peculiar obedece a que se cura en bodegas de la región de Roquefort y que el hecho de que madure en aquellas bodegas le brinda el gusto que lo ha hecho famoso.

Básicamente una Denominación de Origen es una Indicación Geográfica que indica que la calidad de los productos para los que se utiliza se deriva esencial o exclusivamente de la zona en que se producen. Es por ello que el Champagne resulta ser una Indicación Geográfica y a la vez una Denominación de Origen, “lo cual se puede explicar con el hecho de que la Indicación Geográfica es la denominación más general. Es así que todas las Denominaciones de Origen son Indicaciones Geográficas pero no todas las Indicaciones Geográficas son denominaciones de origen”.¹⁰

Con respecto a las Denominaciones de Origen existe el Arreglo de Lisboa administrado por la OMPI, relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su registro internacional.

El Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, se estableció el 31 de octubre de 1958 y el cual más tarde fue revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967, el cual sufriría el 28 de septiembre de 1979 su primera y única modificación hasta nuestras fechas.

Este arreglo establece un sistema internacional de registro para las Denominaciones de Origen, significa que cualquier país que disponga de un sistema nacional para la protección de las Denominaciones de Origen puede solicitar el registro internacional de una Denominación de Origen, que se comunica

¹⁰ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Curso General de Propiedad Intelectual*, Módulo 5, p. 9

a los demás Estados parte del arreglo. Es muy eficaz, pero debido al número limitado de Estados que cuentan con sistemas nacionales para las Denominaciones de Origen, su alcance geográfico se limita a solo 20 Estados.

Las Indicaciones Geográficas pueden protegerse en el plano nacional por decreto o por medio de registro y en plano internacional, mediante acuerdos recíprocos entre países o en el caso de las Denominaciones de Origen, mediante el Arreglo de Lisboa o el Acuerdo ADPIC, que estipula que los miembros de la Organización Mundial del Comercio deben proteger sus Indicaciones Geográficas.

2.2.3 Esquemas de Trazado Electrónico

Con el avance de la tecnología y en particular la inducción de los circuitos integrados, el mercado global ha tenido la problemática sobre como determinar qué tipo de protección debe concederse en relación con los esquemas de trazado o topografías de circuitos integrados, aunque los elementos que integran los circuitos electrónicos llevan utilizándose desde hace mucho tiempo en la fabricación de equipos electrónicos (radios).

La fabricación de circuitos integrados se realiza conforme a planos o esquemas de trazado sumamente detallados, siendo los esquemas de trazado de los circuitos integrados creaciones del intelecto humano. Suelen ser el resultado de grandes inversiones tanto en adquisición de conocimientos como en recursos financieros.

Es constante la necesidad de nuevos esquemas de trazado para reducir la dimensión de los circuitos integrados y permitir que estos últimos desempeñen un mayor número de funciones, cuanto más pequeño sea el circuito integrado, menor material será necesario para su fabricación y menor el espacio necesario para su integración y costo.

Los circuitos integrados se utilizan en una amplia gama de productos, como en artículos de uso diario como relojes, televisores, lavadoras y autos, como productos complejos, las computadoras y servidores informáticos.

Mientras que la concepción de nuevos esquemas de trazado de circuitos integrados supone grandes inversiones, la copia de dichos esquemas entraña apenas un margen mínimo de ese costo. Entre los métodos para ello están las fotocopias de cada capa del circuito integrado y la preparación de moldes para la producción de circuitos integrados sobre la base de las fotografías obtenidas. El elevado costo que supone la concepción de esquemas de trazado y la relativa facilidad con que pueden copiarse son las principales razones que justifican su protección.

Con relación a la protección de los esquemas de trazado, el 26 de mayo de 1989 se adoptó bajo los auspicios de la OMPI el “Tratado de Washington sobre la Propiedad Intelectual respecto de los *Circuitos Integrados*”, donde en su artículo 3 inciso primero refiere que el objeto del contrato es: *“Obligación de proteger los esquemas de trazado (topografías), a) Cada Parte Contratante tendrá la obligación de asegurar, en su territorio la protección de la Propiedad Intelectual respecto de los esquemas de trazado (topografías) de conformidad con el presente Tratado. En particular, deberá asegurar medidas adecuadas para impedir los actos considerados ilícitos en virtud de lo dispuesto en el Artículo 6 y asegurar recursos legales adecuados cuando se hayan cometido tales actos”*.¹¹

Los circuitos integrados son productos en su forma final o intermedia, en los que uno de sus elementos por lo menos, es un elemento activo y alguna o todas las interconexiones forman parte integrante del cuerpo o de la superficie de una pieza de material semiconductor, destinado a realizar una función electrónica; el esquema de trazado o topografía es la disposición tridimensional expresada en

¹¹Tratado sobre la Propiedad Intelectual respecto de los Circuitos Integrados.

cualquier forma, compuesta por todas o algunas de las interconexiones de un circuito integrado, con elementos en los cuales por lo menos uno es activo o dicha disposición tridimensional es preparada para un circuito integrado destinado a ser fabricado, es decir, la protección que se da a los esquemas de trazado de circuitos integrados consiste en que nadie sin el consentimiento del titular, puede reproducir los dibujos de material semiconductor que contiene un circuito integrado.

2.2.4 Secreto Industrial

“Se considera Secreto Industrial a 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 preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

La información de un Secreto Industrial necesariamente deberá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los métodos o procesos de producción; o a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

No se considerará Secreto Industrial aquella información que sea del dominio público, la que resulte evidente para un técnico en la materia, con base en información previamente disponible o la que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial. No se considerará que entra al dominio público o que es divulgada por disposición legal aquella información que sea proporcionada a cualquier autoridad por una persona que la posea como secreto industrial, cuando la proporcione para el efecto de obtener licencias, permisos, autorizaciones, registros, o cualesquiera otros actos de autoridad.”¹²

¹² Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, *Ley de la Propiedad Industrial*, Artículo 82, 27 de junio de 1991.

Por lo tanto, el Secreto Industrial será toda aquella información comercial o industrial de carácter confidencial, que permitirá obtener una ventaja frente a un competidor y colocarse en una situación benéfica en relación con aquellos que no tienen esa información o conocimiento secreto, el poseedor del Secreto Industrial se encontrará en una situación de convivencia en el mercado frente a sus competidores; debiendo por ello implantar un manejo confidencial de la información, previniendo la difusión entre el público y sus competidores del mismo.

El secreto industrial protege el valor económico de la información en sentido amplio, incluye información como la financiera, científica, bancaria, técnica, económica, tecnológica, comercial o industrial.

El Secreto Industrial surgió como una necesidad, debido a la presencia de juicios de demandas por indemnización y/o pago del conocimiento adquirido; sin embargo, independientemente de su origen, en el Secreto Industrial media una obligación de no divulgación de la información, es decir, la existencia de confidencialidad que deriva de un acuerdo contractual.

Es pertinente mencionar que no fue sino hasta nuestros días, que se ha consolidado la figura del Secreto Industrial. No obstante en otros tiempos tanto en Europa como en los Estados Unidos se presentaron circunstancias de hecho que imposibilitaron la protección de este tipo de información.

Siendo importante mencionar en este punto, la conceptualización que el Maestro de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ernesto Aníbal Rivas Romero, realiza respecto del Secreto Industrial en su libro "*Empresa Invulnerable*" (págs. 36, 39, 40, 45 y 46), cuando afirma que: *El Secreto Industrial es una calificación que se debe alcanzar; es una estructura integral tendiente a proteger, guardar, custodiar y restringir la información de una empresa con metodologías encaminadas a lograr la acreditación de los requisitos que exige la norma.*

Cada uno de los elementos antes descritos surgen de las condiciones específicas del producto o servicio. Por lo tanto, aunque la ley no contempla al Secreto Industrial como una calificación, es evidente que lo es. Por el hecho de que se debe cumplir una serie de requisitos para que la información confidencial sea calificada como Secreto Industrial.

La información se considera confidencial por el valor potencial de los datos que contiene, mismos que el empresario obtuvo de la práctica, la investigación, el análisis o la inversión. La información no se consigue de manera espontánea, salvo que se adquiriera por medio de un contrato. En tal caso el que la adquiere, es un usuario autorizado, pero nunca el titular de la información, ni mucho menos del Secreto Industrial.

La información que protege un Secreto Industrial se relaciona con inventos, informes, registros, especificaciones, bases de datos, planos, estrategias, estadísticas, recetas, investigaciones, licitaciones, costos, ingeniería, procesos de producción o elaboración, fórmulas, tecnología, embarques, innovaciones o técnicas. Es inimaginable la cantidad de información que se protege con el Secreto Industrial.

El interpretar al Secreto Industrial sin ningún sustento, provoca que se confunda al empresario y finalmente se le deje desprotegido.

Se aprecia la importancia de este derecho con lo señalado por el Maestro Ernesto Rivas en su libro, cuando señala que: Es alarmante como la mayoría de los empresarios no procuran su información confidencial, y desconocen la existencia del Secreto Industrial. A pesar de ser la única figura que puede salvar el producto o servicio, y hasta la misma empresa, de ser quebrantada la información.

“Conocer al Secreto Industrial no es una opción, es una obligación por la seguridad jurídica y patrimonial que significa”.

El desconocimiento del Secreto Industrial llega a ser tal, que no sólo se circunscribe a los empresarios, sino también a los empleados. Existen personas que ingenuamente sugieren a otros, inicien su propio negocio con información confidencial que conocieron donde trabajaban o empleados tan cándidos que son utilizados por sus jefes para sustraer información de la empresa. El Secreto Industrial no se opone a que un ex-empleado trabaje en actividades similares a las que realizaba, se opone a que utilice información confidencial que no es de su propiedad y que conoció donde laboró.

La manera de interpretar al Secreto Industrial es confusa, por ser una figura que se contempla en una ley Administrativa con aplicación en el ámbito Penal. Relacionada con la ingeniería, administración, procesos, mercadotecnia, tecnología y cuestiones jurídico penales sumamente dogmáticas, situación que la hace compleja.

El razonamiento para interpretar al Secreto Industrial es aquel que lo contempla como un nombre compuesto, similar al de “información confidencial”. Interpretación simplista sin ninguna justificación. En la práctica este escenario opera de la siguiente manera: cuando se vulnera un Secreto Industrial en la mayoría de los casos se conoce al infractor, por lo tanto el empresario y su Abogado creyendo que es suficiente con este hecho denuncian la violación. Homologando el nombre compuesto de “Secreto Industrial” al de “información confidencial”, pensando que con ello acreditarán el delito. Lo cual es una falacia.

2.2.5 Modelo de Utilidad

El IMPI nos brinda la definición concreta sobre Modelo de Utilidad, siendo todas aquellas modificaciones a inventos o herramientas ya existentes con la finalidad de que tengan un mejor desempeño. Es muy común que se generen confusiones entorno a la Patente y Modelo de Utilidad, sin embargo las principales características que logran diferenciar una de otra, son:

Los Modelos de Utilidad al igual que las Patentes, consisten en un “Derecho a impedir...” y también son derechos territoriales, sin embargo, para concederlo, esto es, el Modelo de Utilidad, no se pide el requisito de novedad mundial, sino que basta con que el invento tenga novedad nacional para ser concedido, por lo que los Modelos de Utilidad suelen ser inventos de menor rango inventivo que las patentes.

Los Modelos de Utilidad para ser concedidos, no necesitan de un “Informe sobre el estado de la técnica” como las patentes, sino que se conceden de forma inmediata y sólo se hace una búsqueda del estado de la técnica en caso de que haya que ejercer el derecho o cuando el solicitante del Modelo de Utilidad lo requiere.

Otra diferencia entre las Patentes y Modelos de Utilidad, es que las patentes se conceden por 20 años y los Modelos de Utilidad por 10 años.

2.2.6 Diseño Industrial

*“Un Dibujo o Modelo Industrial es el aspecto ornamental o estético de un producto, puede consistir en rasgos tridimensionales como la forma o superficie de un producto o en rasgos bidimensionales como los diseños, las líneas o el color”.*¹³

¹³ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Curso General de Propiedad Intelectual*, Módulo 6, p. 2

Se aplican a una amplia variedad de productos de la industria, desde relojes, joyas, prendas de moda y otros artículos de lujo e instrumentos técnicos y médicos; desde electrodomésticos, muebles y aparatos eléctricos a vehículos y estructuras arquitectónicas; desde artículos prácticos y estampados textiles a bienes recreativos, como juguetes y accesorios para animales domésticos.

El Dibujo o Modelo Industrial se relaciona con la apariencia del objeto y no está determinado por su utilidad técnica y funcional.

Cuando se protege un Dibujo o Modelo Industrial, el titular goza del derecho exclusivo contra la copia no autorizada o la imitación del Dibujo o Modelo Industrial por terceros, el titular tiene el derecho a impedir que terceros no autorizados, puedan elaborar, vender o importar artículos que incorporen un Diseño que sea copia del Dibujo o Modelo Industrial.

El Dibujo o Modelo Industrial hace que un producto sea estéticamente atractivo, aumentando su valor comercial, como su comerciabilidad. Para poder registrarse el Dibujo o Modelo Industrial debe ser “nuevo” u “original” y debe ser reproducido por medios industriales (aplicación industrial) y aplicarse a un artículo bidimensional o tridimensional.

El plazo de protección varía en función del país, por lo general suele ser de cinco a diez años. El Acuerdo sobre los ADPIC estipula un plazo mínimo de 10 años.

2.2.7 Nombre Comercial

Los nombres comerciales no requieren de la emisión de un título expedido por el IMPI, como es el caso de la Marca y el Aviso comercial.

En esta tipo de variante, solo es necesario solicitar la publicación del mismo y radica en que el nombre de una industria o empresa es el que se puede solicitar

su publicación, va a tener vigencia territorial solo en la zona donde se encuentre ubicada esa industria o empresa:

Ejemplo: “MISELANEA DEL VALLE”

“FONDA LA TIA ROSA”

2.2.8 Aviso Comercial

Esta es una frase u oración que sirve para promover y diferenciar un producto o servicio, de otras que se dediquen a la misma actividad. Es lo que se conoce como “Slogan” o “Frase Publicitaria”.

Son frases que distinguen un producto, incluso sin mencionar la marca. Uno de los ejemplos más sobresalientes es la frase comercial “Just Do It” de la marca NIKE; otro es la frase “Está en ti”, relacionada con la marca GATORADE o “A que no puedes comer solo una”, relacionada con la marca SABRITAS.

La relación que tienen cada uno de los ejemplos, es que ninguna de las frases refieren, mencionan o tienen algún vínculo con la marca que representan, sin embargo los consumidores de forma inmediata lo relacionan con cada una de esas marcas.

2.3 NATURALEZA JURÍDICA EN MÉXICO

La legislación en materia de Propiedad Industrial en nuestro país sufrió reformas antes y después de la entrada en vigor del primer Tratado de Libre Comercio (TLC) celebrado con Estados Unidos de América y Canadá en 1994, el cual se convirtió en un factor clave en el incremento de las relaciones comerciales entre

los países firmantes. Fue entonces que surgió una nueva ley en Propiedad Industrial en 1991, la cual abrió las puertas a toda negociación en materia de Propiedad Industrial, y que posteriormente se reflejaría en con la firma del TLC, donde la firma de este tratado, obligaba a que nuestra ley en materia de Propiedad Industrial sufriera reformas considerables, que pusieron a nuestro país a la vanguardia en materia de propiedad industrial.

Durante los últimos tiempos ha prevalecido una aguda competencia entre las naciones, con el fin de atraer la tecnología y el capital a sus estados, induciéndose a la mayoría de los países a realizar diversas actualizaciones en sus legislaciones en materia de Propiedad Intelectual, con el fin de proporcionar una protección adecuada a las invenciones e innovaciones tecnológicas.

Como consecuencia de la globalización, México ha seguido la tendencia mencionada, aprobando la “Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial” el 27 de junio de 1991, que fue modificada en 1994, fecha que desde entonces se ha denominado como “Ley de la Propiedad Industrial” (LPI).

El hecho de que México se mantenga a la vanguardia en regulación de Propiedad Industrial, es con el fin de alentar la inversión extranjera y una mayor seguridad a la Propiedad Industrial, generándose con ello seguridad a los inversionistas extranjeros, que al invertir en nuestro país contarán con la seguridad de que su capital se encuentra protegido.

De acuerdo con la colección editada por la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), nombrada “*La política industrial ante la apertura*”¹⁴, el programa de modernización del sistema de Propiedad Industrial, se basó en cinco elementos, que son:

¹⁴Ugarte Sánchez, Fernando; Fernández Pérez, Manuel, *La política industrial ante la apertura*, SECOFI, México, 1994, anexo 3 modernización del sistema de propiedad industrial”, p.239.

1. Otorgar una protección jurídica a los derechos de Propiedad Industrial, similar a la que se ofrece en países industrializados con los cuales México mantiene nexos económico-comerciales.
2. Creación de la comisión intersecretarial para la protección, vigilancia y salvaguarda de los derechos de Propiedad Intelectual.
3. Creación de la infraestructura institucional necesaria para garantizar el cumplimiento adecuado de estos derechos y establecer políticas de promoción de este instrumento en la modernización industrial de las empresas del país.
4. Adhesión a los tratados internacionales más relevantes en esta materia.
5. Actualización legislativa.

Con relación a la violación de la Propiedad Industrial, se sabe que existen diversos delitos en esta materia que prevén sanciones a todos aquellos que realicen tales violaciones, como también infracciones administrativas en esta materia.

En este entendido, la sanción administrativa es generada por una autoridad administrativa, pues se dice que solo violan disposiciones administrativas, que pueden ser aplicadas, tanto en personas físicas como en personas jurídicas.

Dichas infracciones y respecto del asunto materia de este estudio, que lo es, los registros marcarios, están previstas en la Ley de la Propiedad Industrial en su artículo 213 en las fracciones respectivas, como continuación se aprecia:

Artículo 213.- Son infracciones administrativas:

- I.
- II.
- III.- Poner a la venta o en circulación productos u ofrecer servicios, indicando que están protegidos por una marca registrada sin que lo estén. Si el registro de marca ha caducado o ha sido declarado nulo o cancelado, se incurrirá en infracción después de un año de la fecha

de caducidad o en su caso, de la fecha en que haya quedado firme la declaración correspondiente;

- IV.- USAR UNA MARCA PARECIDA en grado de confusión a otra registrada, PARA AMPARAR LOS MISMOS O SIMILARES PRODUCTOS o servicios que los protegidos por la registrada;
- V.- USAR, sin consentimiento de su titular, UNA MARCA REGISTRADA O SEMEJANTE en grado de confusión COMO ELEMENTO DE UN NOMBRE COMERCIAL O DE UNA DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL, o viceversa, siempre que dichos nombres, denominaciones o razones sociales estén relacionados con establecimientos que operen con los productos o servicios protegidos por la marca;
- VI.-
- VII.- USAR COMO MARCAS las denominaciones, signos, símbolos, SIGLAS O EMBLEMAS a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV y XV del artículo 90 de esta Ley;
- VIII.- USAR UNA MARCA previamente registrada o semejante en grado de confusión como NOMBRE COMERCIAL, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL o como partes de éstos, de una persona física o moral cuya actividad sea la producción, importación o comercialización de bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la marca registrada, sin el consentimiento, manifestado por escrito, del titular del registro de marca o de la persona que tenga facultades para ello;
- IX.-
- X.-
- XI.-
- XII.-
- XIII.-
- XIV.-
- XV.-
- XVI.-
- XVII.-

- XVIII.- USAR UNA MARCA REGISTRADA, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva, EN PRODUCTOS O SERVICIOS IGUALES O SIMILARES A LOS QUE LA MARCA SE APLIQUE;
- XIX.- OFRECER EN VENTA o poner en circulación PRODUCTOS IGUALES O SIMILARES a los que se aplica una MARCA registrada, a sabiendas de que se usó ésta en los mismos sin consentimiento de su titular;
- XX.- OFRECER EN VENTA o poner en circulación PRODUCTOS a los que se aplica una MARCA registrada que hayan SIDO ALTERADOS;
- XXI.- OFRECER EN VENTA o poner en circulación PRODUCTOS a los que se aplica una MARCA registrada, DESPUÉS DE HABER ALTERADO, sustituido o suprimido parcial o totalmente ÉSTA;
- XXII.-
- XXIII.-
- XXIV.-
- XXV.-
- XXVI.-
- XXVII.-
- XXVIII.-

Se puede decir que lo que se considera como infracción administrativa, es la conducta del comerciante encaminada a confundir, equivocar o engañar al público, conducta que es deshonesto al inducir al público al error, se incita al cliente a dirigirse en un determinado sentido, con el fin de obtenerlo como cliente, lo cual es válido en la libre competencia, pero no a través de conductas deshonestas.

Lo que resulta inaceptable en lo que se señala, es el obtener un fin mediante la confusión, error o engaño en que se hace caer al público, no solo perjudicando a éste, sino también al legítimo propietario de los derechos marcarios, cuando se le induce al consumidor a creer que compra un artículo de calidad acreditada, cuando en realidad no lo es.

2.4 TRATADOS INTERNACIONALES

Como se ha comentado, no fue sino hasta el desarrollo de la primer revolución industrial cuando los estados comenzaron a buscar protección a nivel internacional a todos aquellos aspectos tecnológicos, de ahí que a través de la historia se ha venido formando un marco jurídico internacional que con el tiempo se ha convertido en una amplia red de tratados, con un eje fundamental compuesto de dos tratados internacionales creados hace más de un siglo, el de París y el de Berna.

A continuación se refieren los instrumentos y acuerdos internacionales administrados por la OMPI, sobre los cuales nuestro país es participe en cada uno de ellos:

Derecho Tutelado	ACUERDOS INTERNACIONALES
Patentes y Modelos de Utilidad	<ul style="list-style-type: none">• Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883)• Tratado de Cooperación en materia de Patentes (1970).• Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en Materia de Patentes (1977).• Arreglo de Estrasburgo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes (1971).• Tratado sobre el Derecho de Patentes (2000).
Diseños Industriales	<ul style="list-style-type: none">• Arreglo de La Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales (1934)• Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales (1968)

Derecho Tutelado	ACUERDOS INTERNACIONALES
Marcas, marcas de certificación y marcas colectivas	<ul style="list-style-type: none"> • Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (1891). • Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (1989). • Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (1957) • Acuerdo de Viena por el que se establece una Clasificación Internacional de los Elementos Figurativos de las Marcas (1973) • Arreglo de Madrid relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos (1891) • Tratado sobre el Derecho de Marcas (1994)
Indicaciones geográficas y denominaciones de origen	<ul style="list-style-type: none"> • Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (1958)
Circuitos Integrados	<ul style="list-style-type: none"> • Tratado de Washington sobre la Propiedad Intelectual respecto de los Circuitos Integrados (1989)
Protección contra la Competencia Desleal	<ul style="list-style-type: none"> • Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883)

2.5 DELITOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Al hablar sobre delitos en cualquier materia, es importante tomar como referencia la definición de Delito, citaré la contemplada en el Código Penal Federal, artículo 7, que establece:

“Delito es el acto u omisión que sancionan las leyes penales”.

Así el diccionario Jurídico Mexicano del Instituto de Investigaciones de la UNAM, establece que delito es:

“La acción u omisión ilícita y culpable expresamente descrita por la ley, bajo la amenaza de una pena o sanción criminal”.

México es un país rico en creaciones e inventores que han trascendido fronteras, lo que les ha brindado un mercado de reconocimiento, sin embargo las empresas han enfrentado durante años grandes conflictos, en el sentido de que todos aquellos productos e inversiones protegidas por el derecho de Propiedad Industrial, son foco de reproducciones ilegales, afectándose no solo a los titulares de derechos de Propiedad Industrial, sino también al orden jurídico de la economía del país.

Al hablar de una situación inicial sobre delitos en materia de Propiedad Industrial, México enfrenta una problemática mayúscula, no obstante la forma en cómo nuestro país combate tales delitos, ha sido mediante una demanda reiterada a los sectores productivos afectados y también a los principales socios comerciales de nuestro país, en particular a Estados Unidos, de combatir integralmente este tipo de delitos.

Así, la primera ley específica sobre Marcas (Ley de 28 de noviembre de 1889), definía como falsificación tanto el uso de marcas que fueran una reproducción exacta de otra cuya propiedad estuviese reservada, como la imitación susceptible de provocar confusión con la que estaba legalmente depositada (art.16) y expresamente establecía que los delitos de falsificación de marcas de fábrica quedaban sujetos a las penas señaladas por el código respectivo (art. 18).

Ya entonces la segunda ley que regularía los signos distintivos, nos remite al Código Penal para el señalamiento de alguna pena, es decir carecía de algún tipo de condena penal. Continúa considerando como delito la usurpación marcaria, pero con disposiciones propias que fijaban como castigo, prisión y multa o una u otra pena al usuario ilegal de la marca (art. 18).

Por su parte existió una tercera ley sobre signos distintivos (Ley de marcas y de avisos y de nombres comerciales de 26 de junio de 1928), la cual conserva el

mismo sistema de la ley anterior al establecer directamente las penas de carácter alternativo para los delitos de falsificación, imitación y uso ilegal de las marcas, nombres y avisos comerciales. (arts. 73 a 90).

En cuanto a la usurpación de los derechos consignados en las patentes, nuestras leyes han seguido de forma paralela un criterio similar al de las marcas, como lo revelan en primer término la ley de 1890, al disponer que todo lo que respecta al delito de falsificación de las patentes “quedará sujeto a las prescripciones del Código Penal del Distrito Federal.

En segundo lugar, la ley de 1903 que en sus artículos 48, 49, 51 y 52, fijaba: “Las penas que se han de imponer a los que infrinjan los derechos que otorga una patente”, mismas que consistían en prisión, multa o pena alternativa.

Y por último la ley sobre patentes de 1928 (Ley de Patentes de Invención de 26 de junio de 1928), que en su artículo 85 al 101 previa y sancionaba con una multa y con prisión o con una u otra de estas penas los delitos de invasión de patentes.

Al hablar sobre las características de los primeros códigos de Propiedad Industrial, y someterlos a comentario, se puede referir de forma global que estos créditos confirmaban el criterio inestable que venía prevaleciendo en torno a la naturaleza de las sanciones contra los que atentan a la Propiedad Industrial.

En efecto, la sanción que la Ley de la Propiedad Industrial de 1942 estipulaba para las violaciones a la misma, correspondían en forma general a la represión de hechos delictuosos. Pues todas las modalidades que pueden revestir las infracciones al derecho que confieren las patentes o bien al derecho que se deriva de las marcas registradas, eran calificadas como delitos.

Al hablar de innovaciones en materia legal en nuestro país, fue la Ley de Invenciones y Marcas de 1975, que reglamentó en México a la Propiedad Industrial, la innovación que presentaba dicha ley fue el cambio de criterio para castigar las infracciones sobre esa materia, tanto a los que afectaban el patrimonio

de los titulares de derechos, como a los que violaban normas preferentemente dictadas para proteger a los consumidores o bien para evitar actos de competencia desleal y situaciones engañosas.

Fue en esta ley donde se transformó el sistema del derecho penal especial de la Propiedad Industrial por un sistema mixto, lo cual consistía en dividir en dos grupos las sanciones: 1) las de carácter administrativo, correspondiente a las infracciones tenidas como administrativas y las de índole penal previstas para la comisión de delitos. Es decir, las primeras consistían en multas y las segundas en penas de privación de la libertad.

Ahora bien, los delitos que se cometen al transgredir la Ley de la Propiedad Industrial vigente, en su artículo 227, señala que para el conocimiento de los mismos, son competentes los Tribunales Federales. Dicha disposición resulta innecesaria si se establece lo que refiere el artículo 50 de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, que señala:

Art. 50. Los Jueces Federales Penales conocerán:

I. De los delitos del orden federal...

Son delitos del orden federal:

a. Los previstos en las leyes federales y en los tratados internacionales..."

Al ser la Ley de la Propiedad Industrial una ley federal, resulta que en caso de la comisión de un hecho delictivo, conocerán los jueces federales.

Así como también lo señalado en el artículo sexto del Código Penal Federal, que a la letra establece:

Artículo 6o.- Cuando se cometa un delito no previsto en este Código, pero sí en una ley especial o en un tratado internacional de observancia obligatoria en México, se aplicarán éstos, tomando en cuenta las disposiciones del Libro Primero del presente Código y, en su caso, las conducentes del Libro Segundo.

La Ley de la Propiedad Industrial en su artículo 223 establece cuales son las conductas que constituyen hechos delictivos, como se aprecia a continuación:

Artículo 223.- Son delitos:

- I. Reincidir en las conductas previstas en las fracciones II a XXII del artículo 213 de esta Ley, una vez que la primera sanción administrativa impuesta por esta razón haya quedado firme;
- II. Falsificar, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, marcas protegidas por esta Ley;
- III. Producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir o vender, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por esta Ley, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por esta Ley;
- IV. Revelar a un tercero un secreto industrial, que se conozca con motivo de su trabajo, puesto, cargo, desempeño de su profesión, relación de negocios o en virtud del otorgamiento de una licencia para su uso, sin consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial, habiendo sido prevenido de su confidencialidad, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto;
- V. Apoderarse de un secreto industrial sin derecho y sin consentimiento de la persona que lo guarde o de su usuario autorizado, para usarlo o revelarlo a un tercero, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio

a la persona que guarde el secreto industrial o a su usuario autorizado, y

- VI. Usar la información contenida en un secreto industrial, que conozca por virtud de su trabajo, cargo o puesto, ejercicio de su profesión o relación de negocios, sin consentimiento de quien lo guarde o de su usuario autorizado, o que le haya sido revelado por un tercero, a sabiendas que éste no contaba para ello con el consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado, con el propósito de obtener un beneficio económico o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado.

Los delitos previstos en este artículo se perseguirán por querrela de parte ofendida.

El artículo 223 bis establece como delito el hecho de vender a cualquier consumidor final en vías o lugares públicos, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, aquellos objetos que se ostenten como falsificaciones de marcas protegidas, en caso de que la venta sea en lugares cerrados, la pena es mayor.

Lo anterior, reviste una importancia particular para la protección de los conocimientos, signos distintivos, tecnología e información.

En el marco internacional, resulta alentadoras las cifras que se pueden observar en materia de delitos de Propiedad Industrial, pues si hablamos de cifras, referimos que para el bienio del 2002-2003, México paso de un tercer lugar al sexto, este ranking de un total de 63 países, donde la International Property Alliance, monitorea las pérdidas estimadas por la producción comercialización de mercancías apócrifas.

Es así, que el artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial establece cuales son las conductas que constituyen hechos delictivos. Por lo que toca a la fracción I, establece como agravante el hecho de reincidencia, en ese sentido, no hay que pasar por desapercibido que el artículo 218 de esa ley, establece que en los casos de reincidencia de las conductas que la ley considera como infracciones administrativas, se duplicaran las multas impuestas anteriormente; a la vez, ese artículo define como reincidencia cada una de las subsecuentes infracciones a un mismo precepto, cometidos dentro de los 2 años siguientes a la fecha en que se omitió la resolución relativa a la infracción.

Por lo que respecta a la fracción II del artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial, vinculada con la falsificación de marcas, el legislador preciso muy bien lo subjetivo del delito, esto es, “en forma dolosa”, dado que puede darse el caso, de que el sujeto no tenga conocimiento de que la impresión que realiza, sea falsa, este escenario se da en las imprentas, que prestan su servicios a todo tipo de gente, sin embargo, estos muy bien pueden ser usados de manera dolosa por el criminal, para que el impresor le produzca la marca que falsamente se adjudica el delincuente.

En cuanto a lo que establece la fracción III, se crea una figura delictiva que abarca diversas formas de comisión del delito, pues ahora no solo se realiza la producción de una marca falsa, sino también la transportación, almacenamiento, introducción, etc.

Ahora bien, en términos del Art. 194 fracción VII del Código Federal de Procedimientos Penales, los delitos previstos en las fracciones II y III del artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial, son delitos graves, esto es, quien los comete no podrá gozar en su caso, de libertad bajo caución.

Por lo que respecta a las fracciones IV, V y VI del artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial, que comprenden la revelación, apoderamiento y uso ilícito de Secretos Industriales, la intención del legislador fue la de tutelar aquello de mayor

relevancia para el empresario, que lo es, su información confidencial, y en su caso, su patrimonio y hasta la intelectualidad desplegada en el hacer de esa información o en la recolección de la misma, ya que ahora en esta época contemporánea la información se ha convertido en un instrumento de mucha más valía que lo tangible, que los mismos activos de una empresa, de ahí que se castiguen las conductas que más ligadas están a realizar por parte del delincuente, que lo son, el uso, revelación y apoderamiento de información confidencial, tanto industrial como comercial, que sea calificada como Secreto Industrial. Este tipo de delitos es de difícil acreditación en la práctica procedimental, dado que el mismo Secreto Industrial por si solo, habrá que acreditarlo en todos y cada uno de los parámetros requeridos por la ley, aparte de los demás elementos que requiera el tipo penal en específico y la calidad de los sujetos.

CAPÍTULO 3

EL DERECHO DE AUTOR

El Derecho de Autor guarda relación con la protección de obras del intelecto humano, pertenece al campo de la protección de las obras literarias, artísticas y científicas, como las obras escritas, musicales, artísticas, programas de cómputo, pictóricas y escultóricas, entre otras.

Actualmente y con la evolución tecnológica, el Derecho de Autor ha tenido que expandir la protección que da a los autores de obras en el mundo.

En la actualidad el Derecho Autor protege entre otras, obras audiovisuales, multimedia, bases de datos, fotografías, diseños gráficos, musicales, programas de ordenadores o de cómputo, páginas web, etc., las cuales como podemos darnos cuenta, son creaciones derivadas de la tecnología.

En este sentido, el Derecho de Autor no protege las ideas, sino la forma en que las mismas son materializadas, sea en un papel, la web, una maqueta o algún otro material en el cual puedan ser plasmadas todas aquellas ideas emanadas de los autores que ostentan la persona natural que crea la obra, ya sea artística, literaria o científica.

3.1 ANTECEDENTES

A continuación hago referencia a diversos aspectos oficiales o normativos que a lo largo de la historia han surgido, como los cimientos de lo que ahora conocemos el Derecho de Autor en el mundo, ya que es a través de estas aportaciones normativas surgidas del pasado, como es que tenemos ahora la posibilidad de contar con legislaciones bien establecidas y definidas en materia de Derecho de Autor:

- En Atenas la acusación de plagio era sancionada y considerada grave, en especial durante la cultura clásica que floreció en la era de Pericles.
- El contrato de edición aparece desde los contemporáneos de Cicerón.

- El termino *venderé* apareció en la correspondencia de los antiguos autores latinos, para confirmar los provechos patrimoniales recibidos por sus obras; en la antigüedad los autores nos se conformaban solo con la gloria, sino que tenían beneficios económicos derivado de sus creaciones.
- Las diversas manifestaciones del derecho moral, da la facultad al autor para decidir sobre la divulgación de su obra y la manera como los plagarios eran juzgados por la opinión pública, demuestran de manera incontrovertible que el Derecho Autoral fue conocido por el Estado Romano.
- El 10 de abril de 1710, el parlamento inglés dictó un “Bill”, el *Estatute of anne*, “Estatuto de la reina Anna” (1665-1714), contra la piratería literaria, la cual solo se aplicaba a los libros, reconociendo a los autores un derecho exclusivo de 14 años, a condición de que sus obras se inscribieran en el registro de la *Company of Stationers*. Con esta ley se reconoce por vez primera el Derecho Autoral como derecho individual de propiedad y es el antecedente del *copyright* angloamericano.
- El primer litigio en Derecho Autoral del que se tiene registro en Inglaterra es el de Miller vs. Taylor en 1769 de 1774, es el caso Donaldson vs. Becket, en el que se reconoció que la *commonlaw* garantizaba el derecho de las obras publicadas antes del “Estatuto de la reina Anna”.
- En 1716 el Consejo de Estado Francés reconoció derecho a los autores, siendo los primeros beneficios los herederos de Jean de la Fontaine y de François de Silignac de la Mothe.
- En 1786 por primera vez se otorgó en Inglaterra el reconocimiento de su derecho a todos los compositores de música
- El decreto Frances del 19 de julio de 1793dictado a iniciativa del escritor y político José Lakanal, estableció en su artículo 1º la producción de escritos de toda clase, de composiciones musicales, cuadros, dibujos y grabados. Sin embargo en su artículo 7º amplía su campo de aplicación a “cualquier otra producción del espíritu o del genio que pertenezca a las bellas artes”. Esta ley concedía 10 años a la duración del derecho de los herederos. La

ley del 5 de febrero de 1810, en su numeral 39 concedió el plazo de 20 años a los herederos y a la viuda del autor el goce vitalicio de la obra.

- La ley del 14 de julio de 1866, promulgada en Francia, amplió el derecho de los herederos a 50 años a contar desde el fallecimiento del autor. En la ley del 20 de mayo de 1920, reformada el 27 de octubre de 1922, se reconoce a favor de los artistas un derecho sobre las ventas públicas de los objetos de arte. En esta forma, Francia establece la protección artística y literaria en toda su extensión.
- En la Constitución de los Estados Unidos de América que entró en vigor el 17 de septiembre de 1787, en su artículo primero, sección octava, faculta al Congreso para “fomentar el progreso de la ciencia y de las actividades artísticas útiles, garantizando para ello a los autores e inventores el dominio exclusivo de sus respectivos escritos y descubrimientos durante periodos determinados”.
- El *copyright Act* del 31 de mayo de 1790 fue la primera ley federal creada en Estados Unidos, referente a esta disciplina, que protegía libros, mapas y cartas de navegación durante 14 años, los cuales eran renovables por otro plazo igual.
- El *copyright* es un privilegio sometido a formalidades precisas para estimular la creación y favorecer a las ciencias y las artes, la ley del *copyright* del 19 de octubre de 1976, ley publica 94-553, son una revisión general de la ley del Derecho de Autor, Título 17 del código de los Estados Unidos. De esta forma quedó integrada la ley del *Copyright*, hoy vigente en los Estados Unidos, el registro del *Copyright* lo controla la Biblioteca del Congreso, con sede en Washington, D.C.
- Desde los reyes católicos Fernando II de Aragón (1452-1516) e Isabel I de Castilla (1451-1504), en España se dictaron diversas disposiciones relativas a los autores. El derecho español de la época de la Colonia no protegía al autor, establecía censura previa, los reyes se reservaban otorgar autorización graciosa para imprimir cualquier escrito, es decir, era un privilegio real.

Visto lo anterior, a continuación refiero la evolución que ha tenido en nuestro país el tema del Derecho de Autor:

- La Constitución de 1824 en su título III, sección quinta, del Poder Legislativo estableció en su artículo 50 que “las facultades exclusivas del Congreso General son las siguientes: 1. promover la ilustración: asegurando por tiempo limitado derechos exclusivos a los autores por sus respectivas obras...”
- La Constitución de 1824 y el decreto del General Salas representaron dos etapas fundamentales en el Derecho de Autor mexicano, pues se buscó la protección del autor y de su obra como un creador de cultura, esto se debió a la carencia de un Código Civil, sin embargo ya se contaba con la aceptación constitucional y un dispositivo autoral que para aquella época representaba un avance importante.
- No fue sino hasta la promulgación del primer Código Civil para el distrito y territorios federales de 1870, que constaba de 4126 artículos, en su título octavo, capítulos II a VII, norma lo relativo a la Propiedad Literaria, dramática y artística, como reglas para dictaminar la falsificación, penas contra la falsificación y disposiciones generales, artículos 1247 al 1387. Fue hasta aquel entonces cuando se reconoció como propiedad literaria el derecho exclusivo de los habitantes de la república de publicar y reproducir sus obras originales por cualquier medio.
- Posteriormente el Código Civil de 1884 siguió los lineamientos del código de 1870; en el que se introdujeron pequeños cambios elaborados por la comisión del secretario Miguel S. Macedo, que reglamento en su título octavo, capítulos II al IV inclusive, artículos 1132 al 1271, lo concerniente al Derecho Autoral.
- Como se ha visto, los códigos civiles de 1870 y de 1884 consideraron al Derecho de Autor como un derecho de propiedad.
- La constitución de 1917 estableció en su artículo 28: “En los estados Unidos Mexicanos no habrá monopolios ni estancos de ninguna clase; ni

exención de impuestos; ni prohibiciones a título de protección a la industria; exceptuándose únicamente los relativos a la acuñación de moneda, a los correos, telégrafos y radiotelegrafía, a la emisión de billetes por medio de un solo banco que controlará, el Gobierno Federal y *los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores y artistas para la reproducción de sus obras...* Por disposición constitucional se otorga ahora un privilegio a los autores y artistas por un plazo fijo.

3.2 LAS OBRAS ARTÍSTICAS Y LITERARIAS

Los términos obras literarias y artísticas nos remiten a todas las producciones en el campo literario, científico y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión, tales como libros, folletos y otros escritos; conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; obras dramáticas o dramático-musicales; obras coreográficas y pantomimas; composiciones musicales con o sin letra; obras cinematográficas a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimientos análogos a la cinematografía; obras de dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado y litografía; obras fotográficas a las cuales se asimilan las expresadas por procedimientos análogos a la fotografía; obras de artes aplicadas; ilustraciones, mapas, planos, croquis y obras plásticas relativos a la geografía, topografía, arquitectura o a las ciencias.

Todas las obras citadas están protegidas como obras originales y sin perjuicio de los derechos del autor de la obra original también las traducciones, adaptaciones, arreglos musicales y demás transformaciones de una obra literaria o artística.

Las colecciones de obras literarias o artísticas como enciclopedias y antologías, que por la selección o disposición de las materias constituyan creaciones intelectuales, estarán protegidas como tales sin perjuicio de los derechos de los autores sobre cada una de las obras que forman parte de estas.

No es necesario que la obra literaria o artística sea de calidad o contenga méritos artísticos, sin embargo debe ser original; el significado exacto de este criterio varía de un país a otro. De manera muy general cabe afirmar que en los países pertenecientes a la tradición del derecho consuetudinario esta exigencia es muy limitada y consiste simplemente en que la obra no sea copia de otra. Una obra será considerada como original en la medida en que durante su realización el autor haya puesto de manifiesto un criterio mínimo de habilidad, criterio o trabajo.

El derecho de autor protege la expresión de conceptos y no de ideas.

3.3 LOS DERECHOS MORALES Y PATRIMONIALES

El Derecho Autoral abarca dos grupos que aportan beneficios a su titular, el primero es el Derecho Moral, que es aquel derecho personalísimo con el que cuenta el autor y el segundo es el Derecho Patrimonial, conocido como derecho económico o pecuniario:

DERECHO MORAL: Es aquel que otorga al titular todos los derechos para que realice lo que desee con su obra, la modifique, destruya, publique o determine el destino de su obra.

DERECHO PATRIMONIAL: Está encaminado al pago o retribución al autor de la obra derivado de la explotación que se haga de la misma.

CAPÍTULO 4

LA MARCA

4.1 DEFINICIÓN

La marca puede tener diferentes formas de empleo, por un lado sirve para identificar el origen del producto es decir la calidad que trae consigo y como consecuencia ayuda para que el público consumidor conozca quiénes son los distintos fabricantes de cada producto. Es un medio material de garantizar el producto, distingue un fabricante de otro a través de las características del producto. Por lo tanto, la marca ayudará al consumidor final a elegir un producto en particular de entre una gama que pertenecen a una misma especie o género, dicha marca traerá de manera implícita la calidad, por ende el prestigio que uno tendrá al obtener dicho producto.

La marca no distingue el origen de los objetos, bienes o servicios, puesto que la mayoría de los consumidores muchas de las veces ignoran el origen o bien el nombre del fabricante de aquel producto o servicio que adquiere. Desde luego lo dicho con anterioridad no resulta o pretende ser una regla, ya que algunas marcas contienen el nombre del fabricante.

McCarthy cita un fallo de un tribunal norteamericano que data del año 1933 en el que se aprecia la modificación sustancial del criterio sobre la función identificadora del origen: "Lo que quieren decir con tal expresión es que el comprador de productos que llevan una etiqueta dada, cree que lo que compra ha emanado de la fuente, cualquiera sea su nombre o lugar, de la que productos que llevan esta etiqueta han derivado siempre"¹⁵

Cabe destacar que la función más importante que genera una marca es la distinción, saber diferenciar un producto de otro o bien un servicio de otro. Si bien resulta esencial para muchos de los consumidores saber quién es el fabricante a

¹⁵McCarthy, J. Thomas, *Trademarks and unfaircompetition*, New York, 1973, p. 90.

razón de poder realizar su elección, esta resulta ser una función secundaria en razón de la verdadera importancia de una marca.

Otra de las funciones que trae consigo la marca es la de garantizar el producto que el consumidor adquiere o bien, algún tipo de servicio que solicita y de ser de su agrado, volverá a adquirirlo o solicitarlo, a razón de que aquello que consumió le ofrece una misma o mayor calidad de la que busca en el producto o servicio.

Lo anterior no quiere decir que algún producto sea mejor y el único, sin embargo aquel que vuelve a adquirir esa misma marca, busca lo mismo que en un primer momento conoció. Cuando se trata de licencias y de franquicias, el vínculo común que mantiene la unidad de la marca es justamente esa calidad uniforme del producto o servicio. Juega desde luego un papel relevante en esta cuestión el precio que debe pagar el consumidor. Si la calidad es uniforme pero el precio aumenta mucho, no siempre volverá sobre la misma marca, pero esto nada tiene que ver con la función de garantía comentada.

La importancia que tiene mantener una calidad uniforme, se trata de una función secundaria o derivada, es decir, cualquiera que sea la calidad del producto o servicio a través del tiempo, la marca lo seguirá distinguiendo.

La utilización de las marcas se traduce en dinero, ya que la mayoría de las personas puede distinguir entre dos marcas o mas marcas que pertenezcan a un mismo género, por ejemplo las personas regularmente solo debe decidir entre dos marcas de refrescos (Pepsi-Cola® y Coca-Cola®).

Así pues, se puede dar la siguiente definición formal del término Marca: "Una marca es básicamente un signo que se utiliza para distinguir los productos o servicios ofrecidos por una empresa de los ofrecidos por otra."¹⁶

¹⁶ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Curso General de Propiedad Intelectual, Módulo 4, p. 3*

Por último y no menos importante función de una Marca, es la publicidad, puesto que al no existir una marca que designe o caracterice algún objeto, no sería posible efectuar publicidad alguna.

En la actualidad muchas marcas se encuentran diseñadas para informar sobre las características de los productos o servicios ofrecidos, tal es el caso de la marca Coca Cola® o Nescafé®, que brindan al consumidor un panorama claro sobre cierta propiedad o característica que contiene su producto.

La Marca entonces es el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro, siendo la marca una pieza fundamental en el campo de la competencia. La función distintiva que logra generar una Marca permite al consumidor comprar lo que quiere y al realizar esa adquisición compensa el esfuerzo del titular de la marca quien vende más.

4.2 ANTECEDENTES

El registro más antiguo de Marcas se remonta a hace 3.000 años, donde los artesanos indios tradicionalmente solían grabar infinidad de marcas distintas en sus creaciones de cerámica, con el fin de que al enviarlas a Irán, tuvieran esa distinción de los demás artesanos.

Más adelante se utilizaron más de 100 marcas distintas de cerámica romana, incluida la marca FORTIS que se hizo tan famosa al ser copiada y falsificada, posteriormente la utilización de las marcas aumentó con el auge del comercio en la Edad Media.

La importancia cada vez mayor de las marcas en las actividades comerciales, es debido a la creciente competencia entre las compañías que llevan a cabo actividades comerciales en más de un país. Las marcas han sido utilizadas para facilitarle al consumidor la identificación de un bien o servicio, así como para

identificar su calidad y precio. Por lo tanto, una marca puede ser considerada como una herramienta de comunicación usada por el productor para atraer consumidores.

La marca es por lo tanto, todo signo visible que se utiliza para distinguir e individualizar un producto o un servicio de otros de su misma clase o especie. Su función principal es la de servir como elemento de identificación de los diversos productos y servicios que se ofrecen y se prestan en el mercado, puesto que la marca constituye el único instrumento que tiene a su disposición el consumidor para identificar y poder seleccionar los artículos y los servicios de su preferencia.

La marca debe reunir ciertas características para que esta sea considerada como tal, dichas características de cierta manera son sencillas a la lectura, sin embargo complicadas al querer llevarlas a la práctica, puesto que deben reunir distinción y no inducir al engaño.

4.3 TIPOS DE MARCAS

Resulta importante aclarar que una marca no necesariamente debe ser representada por un signo en particular, puede ser representada por palabras, dibujos, letras, números o embalajes, objetos, emblemas, etc. o bien por una combinación de estas.

Es necesario anotar que una marca de servicio es similar a una marca de bienes, sólo difieren en que ésta última protege productos o bienes y la primera solo servicios. En términos generales la palabra Marca envuelve ambas, tanto las marcas de bienes como las de servicios.

La Ley de la Propiedad Industrial reconoce los siguientes tipos de marcas:

1. Marcas NOMINATIVAS.

2. Marcas INNOMINADAS.
3. Marcas MIXTAS.
4. Marcas TRIDIMENSIONALES.
5. Marcas COLECTIVAS.

MARCAS NOMINATIVAS:

Suelen identificar un producto o servicio a partir de letras, números, combinación de letras y números, palabras con o sin significado frases publicitarias etc.; la característica de este tipo de marca es la distinción fonética de los productos o servicios de otros que resultan ser de la misma especie. Dentro de este campo de las marcas podemos encontrar las marcas compuestas, como lo he referido en el párrafo anterior, pueden existir palabras, letras, cifras, abreviaturas o nombres, por ejemplo los apellidos. Basta con recordar la famosa marca de automóviles, “Ford” así nombrada en honor a Henry Ford, constructor del primer automóvil o la editorial Porrúa. También podemos encontrar marcas nominativas en forma de abreviaturas, tal es el ejemplo de la empresa IBM (International Business Machines) que a la lectura no resulta más que tres letras que carecen de significado alguno, pero al leer estas siglas nos remontan al software, hardware y servicios relacionados con la informática.

MARCAS INNOMINADAS:

Esta clase de marcas se componen por figuras, dibujos, esquemas, tipografías o logotipos que marcan la diferencia en el sentido visual de la marca, serán marcas que no se reconocerán fonéticamente, sino visualmente y por ende causan distinción de otros productos y servicios. En este tipo de marca es importante la combinación de

colores, aunque en lo individual no sean registrables según el artículo 90 en su fracción V de la Ley de la Propiedad Industrial, es decir que resultaría absurdo que un color pudiera registrarse, sin embargo la conjunción de los colores acompañados o combinados con los dibujos, si resultan ser susceptibles de uso exclusivo. Las Marcas Innominadas son susceptibles de tener un uso exclusivo, toda vez que para la legislación mexicana son visibles y cumplen con la función principal de distinción.

MARCAS MIXTAS:

Este tipo de Marcas combinan dos elementos, el primer elemento son palabras y el segundo elemento es algún elemento figurativo, logotipo o dibujo que deberá distinguir la Marca, es la combinación de la marca nominativa e innominada.

MARCAS TRIDIMENSIONALES:

Corresponden a las formas de los productos o empaques, envases o envoltorios, siempre y cuando sean característicos y distintivos de otros de su misma especie, es decir este tipo de marcas corresponden a cuerpos con tres dimensiones.

MARCAS COLECTIVAS:

Pertenecen comúnmente a un grupo o asociación de empresas y su uso está restringido solo a los miembros de ese grupo o asociación, donde cabe destacar que una marca colectiva distingue los bienes o

servicios de los miembros de la asociación, de aquellas con bienes y servicios similares. La función que tiene una marca colectiva es la de informar al público sobre las características del producto para el cual se usa la marca. La empresa titular de la marca colectiva puede de forma adicional usar su propia marca, por ejemplo: GRUPO CARSO, aquí sus miembros o colaboradores pueden utilizar el logo del grupo o bien utilizar alguna de sus filiales que pertenecen al mismo grupo.

Numerosas empresas desean utilizar sus marcas en distintos países, sin embargo la marca debe registrarse en cada país de forma individual, en este sentido existen ciertos sistemas regionales de registro que facilitan el registro de las marcas y por supuesto existen los tratados internacionales, pero todos estos sistemas requieren el registro en cada uno de los países e incluso en cada uno de los territorios.

La OMPI ha realizado esfuerzos considerables para que los sistemas nacionales y regionales de registro de Marcas sean más fáciles de utilizar, armonizando y simplificando ciertos procedimientos. El Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT) aprobado en 1994 y adoptado en Ginebra el 27 de octubre del mismo año, estipula qué información deben presentar los Nacionales de sus Estados miembros, como los procedimientos que deben observar para registrar Marcas en la Oficina de Marcas de otro Estado miembro.

Para que una Marca pueda ser distintiva, debe ser capaz de distinguirse de otros productos y/o servicios. Uno de los más grandes ejemplos a nivel internacional es la palabra de raíz inglesa "Apple", lo que traducido al español sería manzana; la palabra "Apple" resulta ser una Marca que se distingue de todas las demás, debido a su poca relación o ninguna relación que tiene esta palabra con las computadoras, por lo contrario, si la palabra "Apple" se utilizara para comercializar manzanas, no sería de ninguna manera distintiva de sus competidores, por lo tanto una persona que cultiva o vende manzanas no podría de ninguna manera

registrar la palabra “manzana” como Marca y mucho menos brindarle protección, esto es a causa de que los competidores deben poder reutilizar la palabra para poder describir sus propios productos, por lo cual si la palabra fuera registrada, existiría una indefensión o bien una disparidad en la competencia. Así pues, en términos generales una marca no es distintiva si es descriptiva, y es descriptiva si describe el carácter o la identidad de los productos o servicios a los cuales se aplica. Ahora bien, una marca puede asimismo inducir a engaño, por ejemplo cuando atribuye a los productos una cualidad que éstos no poseen.

Una marca que pueda inducir a engaño sería una marca que indicase que los productos a los que se aplica poseen ciertas cualidades de las que en realidad este carece. Un ejemplo podría ser la Marca "Cuero auténtico" para productos que no estén hechos con cuero genuino.

Así también, el inducir al engaño no puede limitarse solo a las propiedades o el material del que está hecho el producto, sino que, la marca también nos remonta a un origen geográfico que nos indicara la calidad de aquel producto, sin embargo un origen geográfico puede ser falso y por consecuencia inducir al engaño a quien lo compra, tal es el ejemplo de Bordeaux para los vinos que no son de esta región.

Una de las cuestiones clave que se deben plantear para evaluar el carácter distintivo de un signo atribuido a una marca, es que, debe ser considerado conjuntamente con los bienes o servicios a los que se asocia.

Ahora bien, para que una marca sea conocida y respetada por terceras personas, se requiere una inversión considerable y por lo general largo tiempo. Por consiguiente cualquier persona que desee utilizar una marca le interesa asegurarse de que esté protegida como un elemento valioso de Propiedad Industrial, por lo tanto la manera en cómo puede impedirse que terceros *utilicen* una marca es que el titular de la marca tiene que basarse en la legislación en materia de Marcas, donde el modo más habitual de proteger una marca es registrándola en el Registro de Marcas, requisito que muchos países estipulan

para protegerlas. En primer lugar, la Marca debe registrarse y una vez registrada recibe protección y su titular puede impedir a terceros la utilización de su Marca. Ahora bien, el registro no es el único modo de proteger una Marca, sin embargo es una forma de protección menos fiable, puesto que las Marcas no registradas también están protegidas en algunos países, lo cual se debe a que una Marca no registrada no está protegida hasta que no haya adquirido suficiente carácter de distinción y cierta notoriedad en el mercado, lo cual puede ocurrir mucho tiempo después del lanzamiento del producto en el mercado.

Así pues, una marca no registrada que exista desde hace tiempo y que sea conocida por todos puede aspirar a medidas de protección en algunos países, no obstante, si se comercializan productos bajo una nueva marca que nadie conoce, esta marca será muy vulnerable. En este caso, sería posible solicitar la protección que ofrece la legislación en materia de competencia desleal, pero lo más importante es que la marca haya adquirido fama.

Es por lo anterior que las compañías utilizan diversos métodos para proteger su inversión en sus Marcas, ya que, las marcas comúnmente identifican las empresas de manera individual, así como el origen de bienes y servicios comercializados.

4.4 RELEVANCIA ECONÓMICA

Los activos que genera la Propiedad Industrial en las empresas ha resultado ser una carta sumamente importante en el juego de las estrategias de los grandes corporativos. Hoy en día la Propiedad Industrial se ha convertido en activos de las empresas, siendo de mayor relevancia y no por ello la única, las marcas, las cuales permiten día con día generar competitividad entre las empresas.

Las marcas se asocian a productos y estos a sus características que las hacen distintas de otros productos, donde las marcas que generen cierto prestigio en la

memoria del público consumidor, lo cual elevará la calidad y por supuesto los dividendos en la cartera de la empresa.

No obstante de lo anterior, al ser usada la marca de manera ilegítima por cualquier tipo de persona (física o moral) y al ser dañados en su esencia, esto representará un daño económico (en términos contables), siendo la marca un bien patrimonial de las empresas.

Por lo tanto, las marcas en las empresas modernas resultan indispensables para el excelente funcionamiento del sistema de economía del mercado, como ya lo he comentado, la marca tiene diversos roles en el ámbito económico y social, su mayor valor sobre las empresas es lo que obedece a su definición principal “la distinción” de entre los demás productos de la competencia. La función de la “distinción” permite al empresario captar la lealtad del consumidor de acuerdo a la calidad del mismo.

El “boom” económico de una marca atiende al tipo de marca que se usa de acuerdo al objetivo del empresario, el campo de negocio y distribución y por último, el tipo de cliente que pretende atacar. Lograr un reconocimiento de la marca implica asociarla a los valores adecuados y estos a su vez transmitirlo por los medios idóneos.

Ser la empresa líder en el mercado, no significa ser la empresa que mayor volumen de beneficios recauda, es decir, que la empresa sea identificada como la mejor por parte de los consumidores y para ello debe existir un reconocimiento de marca que los podrá situar como líderes.

En definitiva la correcta definición de los valores de marca y su correcta difusión a través de los medios adecuados, pueden convertir una empresa en líder del mercado y por ende una captación económica importante.

Los ejemplos más sobresalientes en lo que refiere la importancia económica de las marcas en el mercado global, son Apple, Microsoft y Coca-Cola, las cuales

según la revista “Forbes” son las marcas más valiosas en el mundo. Según “Forbes” calcula que la marca “Apple” vale USD 57,400.000.00, precedida por su rival “Microsoft” con USD 56, 600,000.00 y “Coca-Cola” USD 55, 400,000.00. Lo anterior demuestra el valor de una marca y como lo hemos estudiado, la importancia económica y valor comercial que puede llegar a tener una manzana, una ventana o bien las letras que constituyen Coca-Cola.

Sin duda, la globalización de los mercados en la que nuestro país se encuentra inmerso, ha propiciado el auge de la Propiedad Industrial hasta niveles antes desconocidos. La obligada reacción de los empresarios mexicanos a las nuevas condiciones del comercio conlleva al reconocimiento de la Propiedad Industrial como un instrumento estratégico de alta estima en la competencia internacional.

Algunos de los factores que han incrementado su importancia son el papel que juega la tecnología la cual significa cambio continuo y está inscrita en cualquier proceso de modernización; la intensificación del comercio y la apertura de los mercados, que implica el enfrentarse a nuevos competidores con calidad y actualización tecnológica; la revolución informática y las comunicaciones, que son aspectos que cambian día con día; y el aumento y la complejidad de nuevos descubrimientos.

4.5 AFECTACIÓN ECONÓMICA

Como es sabido, el titular de una marca goza de ciertos prestigios por ese simple hecho, tiene el derecho de impedir que algún tercero pueda hacer uso de su marca, sin algún consentimiento previo del titular.

Por lo tanto, el titular de una marca sufre un perjuicio por el simple hecho de que algún tercero utilice una marca idéntica o similar a la suya. Ese uso indebido le

constituye un perjuicio, ya que la lesión jurídica fundamental consiste en el uso indebido de un derecho existente que pertenece a una persona.

Es por lo anterior que las pérdidas que se pueden derivar de este tipo de usos indebidos son principalmente económicas, dado que la venta de productos ilícitos le ocasiona al titular de la marca perder dinero, al dejar de vender su producto y por otro lado el infractor se beneficia de forma ilegítima. Tomando en cuenta que la marca legítima recibe el reconocimiento del público conocedor por el solo hecho de su distinción, esto al ser usado de manera ilícita, causa engaño al público y pérdidas a la economía directa de la empresa, por lo tanto al hablar del uso ilegal de las marcas a gran escala, la afectación económica es mayor.

CAPÍTULO 5

EL DELITO

5.1 CONCEPTO

La palabra delito deriva del verbo latino delinquere, que significa abandonar, apartarse del buen camino, alejarse del sendero señalado por la ley.

Dar una definición de Delito resulta un tema en ciertas ocasiones repetitivo, sin embargo nuestra legislación mexicana define al Delito de manera muy general en los diversos códigos penales de país; nuestro Código Penal Federal establece en su artículo 7º “: “Delito es el acto u omisión que sancionan las leyes penales”.

Atendiendo a la definición que nos brinda nuestra ley, nos percatamos que dicho artículo solo plantea lo conceptual de manera general, sin embargo, deja ciertas dudas.

Atento a lo anterior, la doctrina nos ha regalado diversas definiciones que muchas de las veces resultan esclarecer las dudas que al estudiar el Delito pueden surgir, tal es el caso de Luis Jiménez de Asúa quien define al Delito como: el acto típicamente antijurídico culpable, sometido a veces a condiciones objetivas de penalidad, imputable a un hombre y sometido a una sanción penal.

Por otro lado Edmundo Mesgler brinda tres definiciones del Delito, que a continuación son referidas:

- 1 Acto u omisión que sancionan las leyes penales (Teoría bitómica).
- 2 Acción típica, antijurídica, culpable (Teoría tetratomica).
- 3 Acción típica, antijurídica, culpable, imputable y punible, sometida a situaciones objetivas. (Teoría Heptatónica).

Como se ha visto, existen diversos enfoques doctrinales que brindan ciertas definiciones del Delito, por lo cual surge imposibilidad de formular definiciones meramente universales que puedan ser ajustadas a un mismo momento, es decir, que puedan ser empleadas como receta de cocina, por la razón de que se trata, no ya de conceptos jurídicos fundamentales o puros, sino que estamos frente a conceptos meramente empíricos.

5.2 GENERALIDADES

El delito es un hecho antisocial que representa un problema real a la sociedad. Nos encontramos inmersos indirecta o directamente con él, al tratarse de un tema principal, dado que tutela los bienes jurídicos de mayor relevancia para la sociedad, sin embargo pocas veces nos hacemos la siguiente pregunta: ¿De dónde proviene el Delito?

Atendiendo a esa pregunta, cabe destacar que el delito ha sido analizado de manera especial por diversos tratadistas a lo largo de la historia, pero no fue sino hasta la publicación de la obra “Tratado Antropológico Experimental del Hombre Delincuente”, de César Lombroso, que surge la criminología como área de las ciencias penales encargada de estudiar el origen, control social y prevención del delito.

De esta manera el 15 de abril de 1876 nace la criminología y a Lombroso como su primer exponente, pero debe precisarse de igual forma que el delito en cuanto a su origen, había sido estudiado con anterioridad aunque en distintas áreas.

Basta recordar que el derecho penal clásico de tendencias dogmáticas, no estudiaba el origen del delito ni de la personalidad del delincuente, sino que solo

se encargaba del estudio del delito técnicamente, y por otra parte el derecho penal positivista da mayor margen de actuación al delincuente.

Existen básicamente tres vertientes en la explicación del origen del delito, a saber, las corrientes biologicistas, psicologicistas y sociologicistas.

De la primera destaca la que encuentra una explicación al origen del delito en la antropometría, antropología, endocrinología y genética criminal. La antropología se refiere a la medida de diversas características físicas del ser humano, por ejemplo, existen teorías que sostienen que hay mayor tendencia a la delincuencia en personas con un cráneo pequeño que aquellos que tienen un cráneo alargado, teorías que desde luego son obsoletas, pues se ha demostrado que tales afirmaciones se han propuesto sin tomar en cuenta factores de tipo social. En el mismo sentido las teorías antropológicas proponen que existen razas humanas tendientes a incurrir en el delito, sin embargo, estas proposiciones fueron realizadas con prejuicios raciales. Existen modelos que sugieren que los delitos son cometidos debido a funcionamientos anormales de glándulas, proponiendo explicaciones de carácter médico. Desde luego las teorías biologicistas están en franco desprestigio, aunque existen casos muy particulares donde pueden ser tomadas en consideración.

En cuanto a la corriente psicologicista, se divide en tres grupos: psiquiatría criminal, psicoanálisis y psicología criminal. La psiquiatría criminal postula que el delito proviene de alteraciones graves en la mente, es decir, por enfermedades mentales, como retraso mental, delirio y demencias, trastornos adictivos, esquizofrenia, paranoia, trastorno bipolar, neurosis, trastornos en el control de los impulsos y trastornos de la personalidad. La psiquiatría sostiene que el delito no proviene de enfermedades, sino de desviaciones normales o de la misma condición del humano, es decir, llegan a sostener que el delito es parte del hombre. Finalmente el psicoanálisis se fundamenta en las tesis freudianas, especialmente, en el estudio del yo, y súper yo, siendo el delito un desequilibrio en

estos niveles de la mente, sin embargo el psicoanálisis ha sido criticado de manera especial, por no ser considerado como una ciencia, sino como una filosofía.

Finalmente tenemos la corriente sociologicista, que menciona que el origen del delito responde a factores meramente sociales. Entre las teorías más importantes están los modelos ambientalistas (distribución de las ciudades, zonas industriales, comerciales y habitacionales y forma de construcción de las habitaciones, distribución de puertas y ventanas) y la teoría del etiquetamiento, que propone que el delito es un producto cultural, esto es, la sociedad decide que hechos constituyen un delito y conforme las condiciones de la sociedad cambian, hay hechos que dejan de ser delitos y otros más a los cuales se les pone esa etiqueta de que ya son delitos.

Desde luego, no existe una corriente, ni una teoría o modelo que represente la verdad del origen del delito. Los delitos surgen por muy diversas condiciones y dependiendo del caso, pueden unirse dos o más teorías que pueden explicar su origen.

CAPÍTULO 6

EL CÓDIGO PENAL FEDERAL

6.1 ANTECEDENTES

El origen de lo que hoy conocemos como Código Penal Federal, se remontan al siglo XIX, donde el 7 de diciembre de 1871, fue promulgado el “Código Martínez de Castro”, en el que se hizo notable la influencia externa de aquel código, aun cuando la comisión encargada de su redacción puso su mayor esfuerzo en hacerlo lo más adecuado para el pueblo mexicano. Posteriormente el Código Penal de 1871 tomó como referencia próxima el “Código Español” de 1870, el cual a su vez se basó en sus antecesores de 1850 y 1848, donde una vez más se podía notar la influencia de textos extranjeros en nuestra legislación

No es sino hasta el “Código Penal” de 1871 donde por primera vez la corriente ideológica que acompañaba a este código, era inspirada en la corriente doctrinaria del clasicismo penal, donde de acuerdo a los fundamentos doctrinales el Código combina las teorías de la justicia absoluta y la de la utilidad social respecto a la responsabilidad penal, puesto que admite el libre albedrío. Establece atenuantes y agravantes de la pena y algunas disposiciones correccionales.

Entre las instituciones importantes que se incluyeron en el Código Penal de 1871, predominó la figura del “Delito Intentado”, llamado actualmente tentativa, en el que se siguen todas las etapas del hecho delictivo, pero la consumación del mismo, no se presenta al tratarse de un hecho que resultase imposible o porque se emplean métodos y medios inadecuados para lograr el resultado; junto con él, se hablaba del “delito frustrado” y del “conato”.

Así también en el Código en comento fue donde por primera vez se hizo referencia a la “Libertad Preparatoria”, que concedía a los reos que presentaban buena conducta, la posibilidad de revocar o de confirmar la libertad definitiva. Estas instituciones se anticiparon a la pena indeterminada y a la condena condicional, posteriormente consagradas por las legislaciones contemporáneas.

El crear un Código Penal requería de la expedición de un código adjetivo sobre dicha materia, por lo tanto no fue sino hasta 1880 cuando fue promulgado el

primer Código de Procedimientos Penales en nuestro país, se contemplaba el cuerpo del delito, la búsqueda y aportación de pruebas, además de los derechos del acusado que se encontraban previstos en la constitución liberal de 1857.

No fue sino hasta el año de 1894, cuando se promulga un nuevo Código de Procedimientos Penales, que conservaría gran parte del contenido teórico del Código de 1857, sin embargo se introdujeron disposiciones orientadas a nivelar la situación del Ministerio Público frente a la defensa, por lo que años después, el 18 de diciembre de 1908, fue publicado un tercer Código Federal de Procedimientos Penales, el cual se encontraba bajo el respaldo del Código Penal de 1871.

En 1903, el gobierno de Porfirio Díaz encabezó una comisión que tenía por objeto revisar el Código penal de 1871; su proyecto fue entregado hasta el año de 1912, y por las evidentes vicisitudes derivadas del movimiento revolucionario no fue aprobado. Las modificaciones contempladas en el proyecto, se limitaban meramente a adaptar algunos principios del Código, retocar otros, o eliminar aquellos obsoletos.

Concluida la violenta etapa revolucionaria, y tras la emisión de una nueva Carta Magna, la Constitución de 1917, la necesidad de nuevas instituciones se reflejó en el ámbito del Derecho Penal, haciéndose patente una vez más la exigencia de crear una nueva legislación punitiva.

Fue hasta el año de 1925, cuando el Presidente en aquel entonces, Plutarco Elías Calles, designó una nueva comisión que se encargase de la revisión del anterior código y la elaboración de uno más acorde a las necesidades sociales del país.

Los trabajos de la comisión terminaron en 1929 y el entonces presidente Emilio Portes Gil promulgó un nuevo Código Penal el 30 de septiembre de 1929 que entró en vigor el 15 de diciembre de ese año.

Según los propios autores del Código, entre los que destacó José Almaraz (el código de 1929 es conocido comúnmente como Código Almaraz) el ordenamiento

responde a los postulados de la escuela positivista. Es uno de los primeros cuerpos de leyes que inicia la lucha consciente contra el delito a base de defensa social e individualización de sanciones.

De acuerdo con la inspiración positivista, la responsabilidad penal se basó en la responsabilidad social, misma que sin embargo, no fue establecida adecuadamente por los legisladores, al grado que la misma se contradice y opone a otros principios incluidos dentro del mismo texto legal.

El Código padecía de serios defectos de redacción, numerosas repeticiones y contradicciones, lo que dificultó su aplicación; a tal grado que apenas había sido promulgado, cuando se hacía patente la preocupación por abrogarlo y crear una nueva legislación más adecuada en su lugar.

Fue por lo anterior, que el Presidente Emilio Portes Gil nombró una nueva Comisión para la elaboración de un tercer Código Penal, que fue promulgado el 13 de agosto de 1931, por el Presidente Pascual Ortiz Rubio. Este último ordenamiento, es el que actualmente sigue vigente en materia federal. Numerosos anteproyectos elaborados en los años de 1948, 1958, 1963 y 1984 han mostrado la inquietud por realizar un nuevo ordenamiento de carácter punitivo, que se adapte más a las condiciones de la nueva época, en un país tan cambiante como el nuestro; situación, que hasta el momento por desgracia no se ha dado.

6.2 COMENTARIOS AL ARTÍCULO 424, FRACCIÓN III DEL CÓDIGO PENAL FEDERAL

El derecho penal es una parte del derecho público, el cual protegerá las garantías individuales a través de la imposición de pena (no infracciones) a quienes realizan actos u omiten acciones que se encuentran establecidas en la ley.

Al hablar del derecho penal, utilizamos conceptos como delito, pena, medidas de seguridad, lo cual ayudará a determinar su acto de competencia. Por lo tanto, un Delito es una acción u omisión que realizan los sujetos en perjuicio de otros.

Por lo general, los Códigos Penales agrupan los delitos de acuerdo con el bien jurídico que ofende, por ejemplo:

La Vida	HOMICIDIO
La Libertad	SECUESTRO
La Familia	BIGAMIA

Ahora bien, al hablar de los delitos en materia de Derecho de Autor, de acuerdo al artículo 424 del Código Penal Federal el cual refiere:

“Se impondrá prisión de 6 meses a 6 años y de trescientos a tres mil días de multa”.

Los puntos sobresalientes en este primer párrafo, son los dos tipos de penas que se marcan o se imponen, estableciendo la prisión a la cual se le conocerá como pena corporal, seguida de una pena económica conocida como pena pecuniaria; es en este artículo, donde no se tendrá derecho a “elegir” entre una pena u otra, puesto que las penas serán aplicables de manera simultánea según la consideración del juzgador.

Siguiendo con el tema que atañe a nuestro capítulo, cito la fracción tercera del artículo en cuestión:

...“A quien use de forma dolosa, con fin de lucro, y sin autorización correspondiente obras protegidas por la ley del Derecho de Autor”

Para comenzar con el análisis de esta fracción, resulta importante desglosar su contenido y tener claro cada uno de los conceptos contenidos en esta.

Por lo tanto, el “dolo” constituye un término del estado actual de la evolución de la dogmática penal, siendo un elemento del “tipo penal”, lugar resultante de su ubicación a nivel de la acción por parte de la teoría final de la acción, la cual se percibe como determinante en la dogmática penal.

Por lo tanto, “el dolo” ha constituido durante el transcurso de la historia uno de los elementos subjetivos de mayor relevancia. En los inicios el “el dolo” “se le concibió a partir de la teoría de la voluntariedad, desarrollándolo como una consecuencia directa que el autor ha previsto y deseado; sin embargo esta idea fue separándose, hasta que se sustituyó por la representación, bajo la base de que no permitía definir el dolo eventual”.¹⁷

Sin embargo ideas expuestas posteriormente permitían resolver el dilema del dolo eventual mediante la teoría de la representación, al señalar que la producción contraria al deber de un resultado típico es dolosa, no solo cuando el autor se representa el resultado que sobrevendrá al emprender la acción, sino también cuando esa representación no le motivó a cesar en su actividad voluntaria.

“Lo anterior dio lugar al desarrollo de la teoría de la voluntad y de la representación en torno al dolo para definir y precisar sus elementos”.¹⁸

Por lo tanto, para que exista la figura del “dolo” deberán contemplarse los siguientes elementos:

A. El conocimiento: Esto es, saber lo que se pretende hacer.

¹⁷Jiménez de Asúa, Luis. *La ley y el delito*, 3ª. Edición, Ed. Hérmes, México-Argentina 1959, p.453

¹⁸*ibidem*

B. Querer: En materia de la voluntad vale la pena recordar la idea respecto de la libertad de voluntad que se origina en la voluntad individual del ser humano, por ejemplo: el que desea dañar el patrimonio de una persona y lo logra, por lo que, los casos en los cuales puede afirmarse que el sujeto quiere realizar su comportamiento, podemos señalar que será cuando acepta el resultado anticipadamente, sea por representación o bien porque aparece como probable o bien en la omisión del deber que está obligado a acatar.

Ahora concierne hablar del “lucro” el cual es definido como: “La ganancia o provecho que se saca de alguna cosa, especialmente del dinero...”¹⁹”

Puede ser tan sencillo como decir que es toda aquella actividad comercial en la que se invierten recursos y capital humano con el objetivo de producir bienes o servicios y de distribuirlos a un determinado precio, obteniendo así un beneficio económico.

En materia del Derecho penal, el “lucro” es determinante para configurar ciertas figuras delictivas, como fraudes, estafas o bien el enriquecimiento ilícito de funcionarios públicos.

Por lo cual, será de esta forma cómo podemos comentar de manera directa nuestra fracción en cuestión, diciendo que el alma de este delito será:

Toda aquella persona que tenga conocimiento del daño y que además tenga conciencia del acto que desea realizar, es decir el usar una obra que se encuentra protegida por las leyes de Derecho de Autor, sin la autorización previa por los

¹⁹Escriche, Joaquín, “*Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia*”, Ed. Librería de la Rosa, Bouret y Cia., España 1854.

titulares de aquella y que además comercialice y/o lo distribuya a un precio determinado obteniendo un beneficio para sí, estará en el supuesto que establece nuestra fracción.

CAPÍTULO 7

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

La Ley de la Propiedad Industrial que actualmente rige a todo el territorio Mexicano, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991, por el entonces presidente de México Carlos Salinas de Gortari, sin embargo esta actualizada ley, trae consigo antecedentes que fueron contemplados desde la época de la Colonia, que fue evolucionando hasta convertirse en la que hoy conocemos como la citada Ley de la Propiedad Industrial.

7.1 ANTECEDENTES

Primeros ordenamientos:

- En la época de la Colonia, la Cédula Real de Carlos V, expedida el 9 de noviembre de 1526, al regular las marcas de los objetos de plata, señala que sin limitación, indios, negros o españoles podían trabajar en las minas, como cosa propia, pagando sólo el quinto real.
- La Cédula Real del 1o de octubre de 1773 prohibía vender alhajas de plata sin que estas llevaran la marca del artífice y del marcador.
- El artículo 30 del Reglamento y Aranceles Reales para el Libre Comercio de España e Indias ordenaba que las mercancías embarcadas para Indias portaran sus respectivas y legítimas marcas, agregando que "siempre que resultara comprobada la falsedad de las marcas y despachos, se castigarán los autores y cómplices de ese grave delito con las penas que van contenidas en el citado artículo diez y ocho de este reglamento".
- En la Constitución de Cádiz de 1812 se facultó a las diputaciones provinciales a: "...fomentar la agricultura la industria y el comercio, protegiendo a los inventores de nuevos [sic] descubrimientos en cualquiera de esos ramos" (artículo 335).
- En la Constitución de Apatzingán -1814- ya se consagra la libertad de industria o comercio (artículo 38).

En el México Independiente:

- La Ley sobre Derecho de Propiedad de los Inventores o Perfeccionadores de algún Ramo de la Industria (del 7 de mayo de 1832) tutelaba el derecho de los inventores o perfeccionadores de algún ramo de la industria, asemejándolo al derecho de propiedad. La vigencia de los derechos de patente era por diez años y las mejoras por seis; sin embargo, nada decía respecto al derecho a renovar la patente.
- En la Ley de Marcas de Fábrica, del 28 de noviembre de 1889, en vigor a partir del 1o. de enero de 1890, se protegían las marcas industriales o mercantiles que amparaban bienes fabricados o vendidos en el país; se prohibía registrar marcas que atentaran contra la moral. La duración de la propiedad de la marca era indefinida.
- Mediante la Ley de Patentes de Invención o Perfeccionamiento, del 7 de junio de 1890, se protege el derecho de los inventores o perfeccionadores, nacionales o extranjeros, de alguna industria o arte. La patente duraba veinte años, renovable por cinco años más, y era expropiable por el Ejecutivo Federal.
- Ley de Marcas Industriales y de Comercio del 25 de agosto de 1903. Define por primera ocasión lo que es una marca, puntualiza los requisitos para su registro y el derecho exclusivo sobre la misma.
- Ley de Patentes de Invención del 25 de agosto de 1903. Regulaba los privilegios de dar a terceros una licencia de explotación de lo patentado si en los tres primeros años el titular no lo efectuaba, mediante pago a éste.
- Ley de Patentes de Invención (DO del 27 de julio de 1928). Reglamentó como patentes de invención: un nuevo producto industrial o composición de materia y el empleo de medios nuevos para obtener un producto o resultado industrial. La patente duraba veinte años y las de perfeccionamiento terminaban con la principal. Ambas no admitían prórroga.

- Ley de Marcas, Avisos y Nombres Comerciales, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 27 de julio de 1928. Se estableció que los efectos del registro durarán veinte años; se permitía su renovación indefinidamente cada diez años.
- Ley de la Propiedad Industrial de 1943 y su Reglamento (DO del 31 de diciembre de 1942). Se establece en la ley la patentabilidad por quince años improrrogables.
- Ley sobre el Registro de Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, del 28 de diciembre de 1972.
- Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley de la Propiedad Industrial (DO del 4 de enero de 1973).
- Decreto del 3 de octubre de 1974 (DO del 21 de enero de 1975) por el que se aprueba el convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967.
- Ley de Invenciones y Marcas que abroga la del 31 de diciembre de 1942 (DO del 10 de febrero de 1976). Ésta reglamentó las patentes de invención y de mejoras; los certificados de invención; el registro de modelos y los dibujos industriales. Otorgó catorce años improrrogables para la patente.
- Aviso a los industriales, comerciantes y público en general sobre el cambio de las siglas DGN que distinguen las Normas Oficiales Mexicanas por el símbolo NOM (DO del 28 de octubre de 1977).
- Aviso de fecha 15 de febrero de 1978 (DO del 8 de marzo 1978) que se da a los industriales, comerciantes y público en general sobre la Norma Oficial NOM-Z-9-1978, emblema denominado Hecho en México.
- Ley Federal de Derechos para el Ejercicio Fiscal 1982, Sección Tercera: Invenciones y Marcas, artículos 63-70 (DO del 31 de diciembre de 1981).
- Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas (DO del 25 de noviembre de 1982).
- Reglamento de la Ley de Invenciones y Marcas (DO del 30 de agosto de 1988).

- Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial (DO del 27 de junio de 1991).
- Actualmente nos rige en esta materia la Ley de la Propiedad Industrial.

7.2 Comentarios al artículo 213, fracción IV de la Ley de la Propiedad Industrial

El artículo 213 en su fracción IV indica lo siguiente: *“Usar una marca parecida en grado de confusión a otra registrada, para amparar los mismos o similares productos o servicios que los protegidos por la registrada”*.

El alcance de este artículo es muy amplio ya que abarca cualquier acto en el ejercicio del comercio que implique una marca, entendiendo que una marca podrá ser cualquier signo, etiqueta, lema, embalaje, forma o color de los productos, o una combinación de todas las anteriores que conformaran una indicación distintiva utilizada por un empresario.

Así pues, se consideran pertinentes a la prohibición de la confusión no solo las indicaciones utilizadas para diferenciar a los productos, servicios o negocios, sino asimismo la apariencia de los productos y la presentación de los servicios.

Por lo tanto en materia de la praxis, nuestro artículo podría ser ejemplificado de la siguiente manera: si un competidor llamado empresa “Y” que se dedique al mercado de las gaseosas, utiliza botellas que contienen gran similitud a las botellas generadas por la empresa “X”, donde esta última tiene un prestigio y un renombre a nivel internacional, creará confusión de manera inmediata o bien, un restaurante cuya decoración y mobiliario sean prácticamente idénticos a los de un competidor notoriamente conocido; o bien si algún vendedor de ropa utiliza marcas de renombre como medio de publicidad para su negocio, cuando

realmente dicho sujeto no vende productos o brinda servicios de esas marcas en particular, sin embargo el cliente fue confundido (engañado), creyendo que aquel comercializaba productos o servicios de marca prestigiada y por lo tanto terminaría comprando un producto que podría resultar similar, pero de calidades distintas. Atendiendo a nuestros ejemplos anteriores, es fácil señalar que dichos ejemplos entrarán en el supuesto de nuestro artículo, pues será en estos que se logra crear confusión para el cliente final.

Sin embargo el uso de marcas en grado de confusión, no se limita a la adopción ilegítima de marcas de prestigio, sino que esta actividad ilícita afecta signos distintivos, que si bien no resultan ser conocidos por el consumidor y el empresario común el buen nombre de los mismos, existe en sectores particulares de la industria donde estos signos si resultan ser conocidos.

Todos aquellos usos de marca que resulten ilegítimos, normalmente se presentan conjuntamente con actividades tendientes a producir la confusión en el consumidor final.

Sin embargo, es importante destacar que todo aquel que infrinja el artículo en comento, será solo acreedor a una mera infracción administrativa, la cual consistirá en multas que resultarán sanciones “leves” que acarrea disparidad al momento de comparar la sanción con el daño ocasionado al titular de la marca.

CONCLUSIÓN

A lo largo del estudio del tema que nos ocupa, hemos podido comprender que durante las últimas décadas se ha consolidado el uso de la “Marca”, se ha utilizado desde tiempos remotos, tanto desde la óptica de la manufactura, cuando los artesanos estampaban su nombre o símbolo en el objeto fabricado, cuando se recogían los productos que llegaban a determinada región.

La extensa gama existente en la oferta de productos y servicios y su diversidad, a hecho que la exigencia para con las compañías resulte mayor al momento del deseo de ser diferentes, atractivas, innovadoras, confiables y garantizar la calidad ante los ojos del consumidor, lo cual ha traído como consecuencia el interés permanente en la evolución de las marcas.

De manera tradicional, sabemos que la marca puede derivar del propio nombre de la empresa (razón social), lo cual no es una regla obligatoria. Por otro lado, la necesidad de las compañías de poder tener impacto en el mercado con sus marcas, son subsanadas gracias a las estrategias que resultan de las direcciones corporativas, las que a su vez se apoyan en lo que ofrecen u ofrecerán sus productos o servicios, y como último paso recae en su departamento comercial, quienes buscarán la mejor manera de contagiar al mercado de aquella nueva marca.

Conceptualmente la expresión “Marca” es empleada desde diferentes puntos de vista, según el interés que tenga para cada persona, es decir, mientras que para el consumidor es simplemente el nombre de un producto o servicio que puede o no consumir o comprar; para la empresa es un valor integral que además de las características funcionales del bien o servicio, incorpora los valores de la compañía.

Las aportaciones que realiza la marca al consumidor son la confianza, garantía y seguridad, elementos que exige y necesita al momento de elegir un producto o servicio, por otro lado la marca es la responsable en gran medida de la economía

de una empresa, uno de los grande ejemplos es la marca Coca Cola®, con un valor comercial extraordinario, está siempre dentro de los tres primeros lugares del ranking mundial de las mejores marcas, lo que se refleja en el éxito de la compañía, tanto es así, que muchas de las veces aquella marca logra convertirse en una marca “genérica”, que es utilizada por el consumidor para denominar toda su categoría de productos: Coca Cola® (refresco sabor cola), Klenex® (toallitas de papel), Aspirina® (ácido acetil salicílico).

Por otro lado y atendiendo a la realidad actual de la marca y al mensaje que puede llegar a brindar al exterior o al distribuidor, inversionista o consumidor, es importante consagrar a la marca como un elemento de comunicación con dos realidades:

- a) Material o identidad de la marca: es a través de esta mediante la cual las empresas puedan diferenciar e identificar sus propios productos para un desarrollo en el mercado, la cual a su vez viene acompañada de dos diferentes enfoques:
 - Visual: formada por logotipos, símbolos, colores y tipografías.
 - Verbal: formada por nombre, lema, uso de historias, tono de voz, etc.

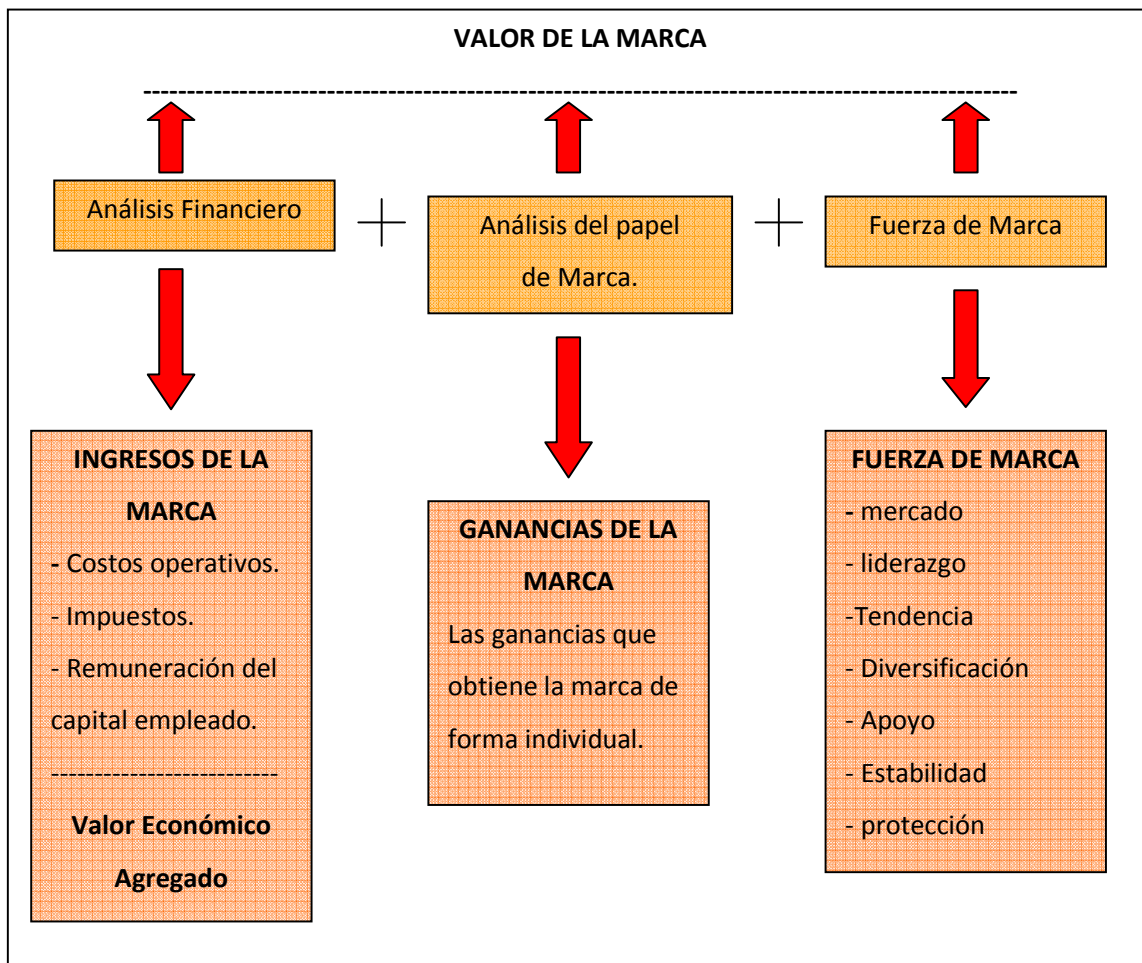
- b) Psicológica o imagen de marca: el consumidor logra percibir como consecuencia de un proceso de asimilación y decodificación del conjunto de signos (visual y verbal) emitidos por la marca, es decir logra relacionar la marca de cierto producto o servicio con el solo hecho de observar envases, embalajes, colores, etc., se tendrá como recompensa crear una realidad mental en cada uno de los consumidores, quienes identificaran a la empresa y productos a través de la

marca, como consecuencia se logrará la diferenciación de los demás competidores.

Durante este proceso el cliente recibe un conjunto de mensajes que con el tiempo ayudan en su elección, ya que los consumidores suelen comprar la “marca” que está por encima del valor material o funcional del producto. Por otro lado, para el consumidor una marca tiene importancia y arroja valor, si ésta es conocida o popular, es decir, el consumidor se inclinará a la obtención de un producto o servicio de marcas conocidas que le garanticen calidad y seguridad. Este reconocimiento responde al concepto de NOTORIEDAD, se consigue gracias al trabajo realizado por la empresa a través de publicidad, patrocinios y relaciones públicas.

La marca también resulta tener un valor de referencia, es identificar un producto similar o de la misma especie y someterlo a comparación, para que de esta manera el consumidor tome una decisión. Por lo anterior es que la marca cobra una fuerza incalculable y muchas de las veces logra desprenderse del mismo producto y tener “vida propia”


Una vez que contamos con un enfoque sobre la importancia que recae en una marca tanto para la compañía como para el consumidor, es momento de saber de que manera es medido el valor de una marca y realmente cual es el valor que tienen estas, es preciso aclarar que el valor de una marca no puede medirse de manera precisa, aunque si es posible estimar su valor. Hoy en día existen compañías cuyo principal objetivo es el analizar la evolución de las marcas y calcular su valor. Uno de los diversos métodos que pudieran existir, es el de Valoración, que examina las marcas a través de su fortaleza financiera y la importancia en los motivos de compra del consumidor, que tendrá como consecuencia la probabilidad de ingresos procedentes de la marca.





Fuente: Adaptado de Interbrand, "Mejores Marcas Españolas" 2009, p. 11.


Pese a la fórmula presentada, no existe regla de medición universal, porque los datos son complejos de estimar y cada especialista lo realiza a su manera. En los siguientes cuadros se aprecian resultados de valoración establecidos por diferentes compañías que valoran y rankean marcas, se aprecia que manejan criterios diferentes que logran reflejarse en los resultados obtenidos.


RANKING 2012


1.  +8% \$77,839 \$m


2.  +129% \$76,568 \$m


3.  +8% \$75,532 \$m


4.  +26% \$69,726 \$m


5.  -2% \$57,853 \$m

6.  +2% \$43,682 \$m

7.  +13% \$40,062 \$m

8.  +40% \$32,893 \$m

9.  +40% \$32,893 \$m

10.  +9% \$30,280 \$m

Fuente: Interbrand. <http://www.interbrand.com/es/best-global-brands/2012>

Milward Brown Optimor pública un único ranking en el que ordena el valor de las empresas de manera diferente:

RANKING 2012



Fuente: Milward Brown http://www.milwardbrown.com/brandz/2012/Documents/2012_BrandZ_Top100_Chart.pdf

Por lo anterior, podemos destacar que el control de los activos que representan realmente la esencia de la competitividad entre organizaciones, recae en la marca, por lo cual es esta la que se convierte en un pilar esencial para todos aquellos modelos de negocios que surjan de la empresa.

La marca se ha convertido en un concentrador de valor en forma acumulativa, a medida de que se le brinde inversión publicitaria y por consecuencia la obtención del reconocimiento y posicionamiento que se tendrá ante el consumidor final.

La marca es un factor de decisiones en la compra de un producto o de la obtención de un servicio, frente a los competidores, diré que la marca ha adquirido un valor y es factor fundamental de todas aquellas decisiones corporativas que rodean a la marca. Por lo que la obtención del valor es un activo intangible para el corporativo, puesto que el valor radica en el reconocimiento del consumidor final y bien se diferencia ante la competencia.

Habiendo hablado de la importancia económica, podemos decir en materia legal que existe un trato muy susceptible con relación a este tema, es decir, si tomamos en cuenta la pérdida de clientes y en consecuencia la fuga de dinero que causa la competencia desleal a partir del uso en grado de confusión de una marca, es alarmante que solo existe en nuestra legislación sanciones administrativas para el uso de una marca sin autorización del titular de los derechos, que lejos de ayudar, solventan la deslealtad con la que se conducen muchos competidores, es decir al no existir una pena corporal, el infractor no se ve intimidado ante la realización de esa práctica, por lo tanto sigue utilizando la marca para atraer consumidores que resultan engañados, al utilizarse la marca de prestigio sin autorización, como un medio de atracción ilegal de consumidores.

Estamos en presencia de conflictos que resultan importantes, por un lado el engaño o confusión que se causa al consumidor y en una segunda instancia la obtención de riquezas por un acto que resulta ilícito a expensas del uso ilegítimo de una marca registrada (lucro) y por último, el menoscabo económico que se hace a la compañía titular de la marca.

Sin embargo podemos utilizar como punto de comparación lo establecido en el Código Penal Federal en su artículo 424-III y lo establecido en la Ley Federal del Derecho de Autor en su artículo 231-I, que a la letra dicen:

CÓDIGO PENAL FEDERAL

TITULO VIGESIMO SEXTO

De los Delitos en Materia de Derechos de Autor

Artículo 424.- Se impondrá prisión de seis meses a seis años y de trescientos a tres mil días multa:

- I.;
- II.;
- III. A quien USE en forma dolosa, con fin de lucro y sin la autorización correspondiente OBRAS PROTEGIDAS por la Ley Federal del Derecho de Autor.

LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

Capítulo II

De las Infracciones en Materia de Comercio

Artículo 231.- Constituyen infracciones en materia de comercio las siguientes conductas cuando sean realizadas con fines de lucro directo o indirecto:

- I. Comunicar o UTILIZAR PÚBLICAMENTE UNA OBRA PROTEGIDA por cualquier medio, y de cualquier forma sin la autorización previa y expresa del autor, de sus legítimos herederos o del titular del derecho patrimonial de autor;
-;

Sancionándose la infracción autoral como se describe en el artículo 232, fracción I, de esa misma ley, que a continuación se describe:

Artículo 232.- Las infracciones en materia de comercio previstos en la presente Ley serán sancionados por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial con multa:

- I. De cinco mil hasta diez mil días de salario mínimo en los casos previstos en las fracciones I, III, IV, V, VII, VIII y IX del artículo anterior;
- II. De mil hasta cinco mil días de salario mínimo en los casos previstos en las fracciones II y VI del artículo anterior, y
- III. De quinientos hasta mil días de salario mínimo en los demás casos a que se refiere la fracción X del artículo anterior.

De acuerdo con los artículos referidos, ambos castigan el uso de obras protegidas por el Derecho de Autor, que se realice sin autorización del titular de los derechos.

Ahora bien, por un lado el Código Penal Federal impone de 6 meses a 6 años a quien infrinja la fracción que tratamos, por otro lado, la Ley Federal del Derecho de Autor infracciona la violación a ese supuesto, imponiendo multa de 5 mil hasta 10 mil días de salario mínimo. Es así, que el uso de una obra se sanciona tanto por la vía administrativa como por la penal.

Atendiendo a esto, es importante decir que en materia de Derechos de Autor la ley penal, como la administrativa, dan un trato distinto al uso de una obra, en comparación con la Ley de la Propiedad Industrial, dado que el uso de marca solo constituye una infracción y en el capítulo de delitos de la ley que cito, no se contempla el uso de marca como delito; de tal manera que mientras que la obra es protegida doblemente y más aun, por una vía penal, como el medio de mayor eficacia coercitiva que tiene el derecho para tutelar los bienes más relevantes para la sociedad, la marca, que es una figura de la Propiedad Intelectual tan relevante y poderosa como la obra, solo es tutelada su vulneración por la vía administrativa, como se desprende de la Ley de la Propiedad Industrial en su artículo 213, fracciones IV, XVIII y XIX, sancionándose dichas conductas como lo refiere el artículo 214 de la ley; mismos que a continuación se describen:

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Capítulo II

De las Infracciones y Sanciones Administrativas

Artículo 213.- Son infracciones administrativas:

- I.-
- II.-
- III.-
- IV.- USAR UNA MARCA parecida en grado de confusión a otra registrada, para amparar los mismos o similares productos o servicios que los protegidos por la registrada;
- V.-
- VI.-
- VII.-
- VIII.-
- IX.-
- X.-
- XI.-
- XII.-
- XIII.-
- XIV.-
- XV.-
- XVI.-
- XVII.-

- XVIII.- USAR UNA MARCA registrada, sin el consentimiento de su titular o sin la licencia respectiva, en productos o servicios iguales o similares a los que la marca se aplique;

- XIX.- Ofrecer en venta o poner en circulación productos iguales o similares a los que se aplica una MARCA REGISTRADA, a sabiendas de que se USÓ ÉSTA en los mismos sin consentimiento de su titular;
.....;

Artículo 214.- Las infracciones administrativas a esta Ley o demás disposiciones derivadas de ella, serán sancionadas con:

- I.- Multa hasta por el importe de veinte mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal;
- II.- Multa adicional hasta por el importe de quinientos días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, por cada día que persista la infracción;
- III.- Clausura temporal hasta por noventa días;
- IV.- Clausura definitiva;
- V.- Arresto administrativo hasta por 36 horas.

El uso de marca solo se encuentra protegida por infracciones que no resultan capaces de detener esa ilicitud. Por ello y de acuerdo a lo anterior, es necesario adicionar al artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial, otra fracción, que sería la “VII”, con el objeto de sancionar por la vía penal el uso de una marca como delito, con el fin de frenar o por lo menos disminuir este ilícito, de lo contrario se debilitarían competitiva y económicamente las empresas que posean marcas exitosas, dado que estas últimas son garantía para el delincuente o competidor desleal, ya que al usar esas marcas pueden obtener grandes ganancias provenientes de ello.

Por ello, se propone entonces que se agregue al artículo 223 de la Ley de la Propiedad Industrial otra fracción (VII), para que quede como a continuación se describe:

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Capítulo III

De los Delitos

Artículo 223.- Son delitos:

- I. Reincidir en las conductas previstas en las fracciones II a XXII del artículo 213 de esta Ley, una vez que la primera sanción administrativa impuesta por esta razón haya quedado firme;

- II. Falsificar, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, marcas protegidas por esta Ley;
- III. Producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir o vender, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por esta Ley, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas por esta Ley;
- IV. Revelar a un tercero un secreto industrial, que se conozca con motivo de su trabajo, puesto, cargo, desempeño de su profesión, relación de negocios o en virtud del otorgamiento de una licencia para su uso, sin consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial, habiendo sido prevenido de su confidencialidad, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto;
- V. Apoderarse de un secreto industrial sin derecho y sin consentimiento de la persona que lo guarde o de su usuario autorizado, para usarlo o revelarlo a un tercero, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto industrial o a su usuario autorizado;
- VI. Usar la información contenida en un secreto industrial, que conozca por virtud de su trabajo, cargo o puesto, ejercicio de su profesión o relación de negocios, sin consentimiento de quien lo guarde o de su usuario autorizado, o que le haya sido revelado por un tercero, a sabiendas que éste no contaba para ello con el consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado, con el propósito de obtener un beneficio económico o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado; y
- VII. USAR EN FORMA DOLOSA, CON FIN DE LUCRO Y SIN LA AUTORIZACIÓN CORRESPONDIENTE MARCAS PROTEGIDAS POR ESTA LEY.**

Los delitos previstos en este artículo se perseguirán por querrela de parte ofendida.

BIBLIOGRAFÍA

1. Rangel Medina, David, "*Derecho de la propiedad industrial e intelectual*", Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2ª edición, México, 1992.
2. Welzel, Hans, "*Derecho penal alemán*", 11ª edición, trad. Juan Bustos Ramírez y Sergio Yáñez Pérez, Chile, Editorial Jurídica de Chile, 1976.
3. Ortiz Sánchez, Leónides, "*México y la propiedad intelectual*", Convergencia, Partido Político Nacional, México, 2006.
4. Martínez Piva, Jorge Mario, "*Generación y protección del conocimiento: propiedad intelectual, innovación y desarrollo económico*", Comisión Económica para América Latina y el Caribe, México, 2003.
5. Vázquez Vázquez, Arturo, "*Delitos cometidos contra las marcas en materia de propiedad industrial*", Escuela de la Libre de Derecho de Puebla, México.
6. Rangel Medina, David, "*Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual*", 2ª. Ed. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, México, 1992.
7. C. Schmidt, Luis, "*Propiedad intelectual y sus fronteras*", Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, 2000.
8. Velázquez Chéquer, Luis Mariano, "*El IMPI y la propiedad intelectual*" IMPI, 2008.
9. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), "*Seminario sobre delitos en materia de derechos de autor y derechos conexos*", México, 2005.
10. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), "*Guía del usuario, diseños industriales*", IMPI, México, 2009.
11. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), "*Guía del usuario, diseños industriales*", IMPI, México, 2009.
12. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), "*Guía del usuario, infracciones en materia de comercio*", IMPI, México, 2009.

13. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), *“Guía del usuario, Patentes y modelos de utilidad”*, IMPI, México, 2009.
14. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), *“Guía del usuario, signos distintivos”*, IMPI, México, 2011.
15. Escriche, Joaquín, *“DICCIONARIO RAZONADO DE LEGISLACIÓN Y JURISPRUDENCIA”*, Ed. Librería de la Rosa, Bouret y Cía., España 1854.
16. Ley de la Propiedad Industrial.
17. Ley Federal del Derecho de Autor.
18. Código Penal Federal.
19. Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), *“Guía del usuario, esquema de trazado de circuitos integrados”*, IMPI, México, 2009.
20. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *“Principios básicos de la propiedad industrial”*, publicación de la OMPI, no. 895.
21. *Curso impartido por la OMPI, La Propiedad Intelectual, 2012.*
22. Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.
23. Procuraduría General de la República (PGR), *“Glosario de propiedad intelectual”*.
24. Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT).
25. Aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (TRIPs).
26. Diccionario de la Real Academia Española.
27. Magazine Forbes.
28. Rivas Romero, Ernesto Aníbal, *“Empresa Invulnerable”*. México. 2005. Editorial Esanto.

CIBERGRAFÍA

1. <http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Estrategias%20generales.asp#>
2. www.the-ciu.net/ciu_0k/.../Microsoft-CIU_PropiedadIntelectual.pdf
3. http://www.wipo.int/about-wipo/es/what_is_wipo.html
4. <http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/>
5. <http://www.wipo.int/treaties/es/ip/tlt/>
6. http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips_01_s.htm
7. <http://www.marcas.com.mx/Intro/IntroMarcas.htm>
8. <http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=273>
9. http://pirateria.pgr.gob.mx/infracciones_administrativas.htm
10. <http://www.interbrand.com/es/best-global-brands/2012>
11. http://www.millwardbrown.com/brandz/2012/Documents/2012_BrandZ_Top100_Chart.pdf.